



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA: INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO

EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE QUESO FRESCO DE LA EMPRESA PRODUCTOS “SAN SALVADOR” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA – ECUADOR, HACIA LA CIUDAD DE QUEENS - ESTADOS UNIDOS EN EL PERÍODO 2016.

AUTOR:

FERNANDO GABRIEL PÉREZ ECHEVERRÍA

RIOBAMBA-ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL.

Certificamos que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, ha sido desarrollado por el Sr. FERNANDO GABRIEL PÉREZ ECHEVERRÍA, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes

DIRECTOR DEL TRIBUNAL

Ing. Norberto Morales

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.

Yo, Fernando Gabriel Pérez Echeverría, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 11 de Marzo del 2016

Fernando Gabriel Pérez Echeverría

Numero de cedula: 060314589-7

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a toda mi familia y amigos que han que me han colaborado en su desarrollo, además agradezco por la apertura brindada de la empresa “San Salvador” de la ciudad de Riobamba.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi padre Fernando Gabriel Pérez Moreno, a mi madre Norma Patricia Echeverría Barriga y a mi hermana María José Pérez Echeverría por todo el apoyo brindado a lo largo de este gran proceso.

Además agradezco a todos los ingenieros por el conocimiento impartido en las aulas de la institución.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----------|
| Portada..... | i |
| Certificación del Tribunal..... | ii |
| Declaración de Autenticidad..... | iii |
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento..... | v |
| Índice General..... | vi |
| Índice de Ilustración..... | x |
| Índice de Tablas..... | xi |
| Índice de Anexos..... | xii |
| Resumen Ejecutivo..... | xiii |
| Summary..... | xiv |
| Introducción..... | 1 |
| CAPÍTULO I: EL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.1.1 Formulación del Problema..... | 2 |
| 1.1.2 Delimitación del Problema..... | 2 |
| 1.2 JUSTIFICACIÓN..... | 3 |
| 1.3 OBJETIVOS..... | 3 |
| 1.3.1 Objetivo General..... | 3 |
| 1.3.2 Objetivos Específicos..... | 3 |
| CAPÍTULO II: MARCO METODOLOGICO..... | 5 |
| 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS..... | 5 |
| 2.1.2 Guía para elaborar un proyecto..... | 8 |
| 2.1.2.1 Guía para cómo hacer un proyecto emprendedor paso a paso..... | 8 |
| 2.1.3 Antecedentes del Queso..... | 11 |
| 2.1.3.1 Historia del Queso..... | 11 |
| 2.1.4 Historia del Queso en el Ecuador..... | 13 |
| 2.1.4.1 Queso Definición y Propiedades..... | 14 |

| | | |
|---------------------------------------|--|----|
| 2.1.5 | Queso Fresco..... | 19 |
| 2.1.5.1 | Características | 19 |
| 2.2 | Antecedentes Históricos | 23 |
| 2.2.1 | Historia de Productos “San Salvador” | 23 |
| 2.2.2 | Propietarios | 24 |
| 2.2.3 | Misión y Visión | 25 |
| 2.2.4 | Organigrama | 26 |
| 2.2.4 | Inscripción Legal de la Empresa..... | 27 |
| 2.2.5 | Artículo para el Emprendimiento de la Industria..... | 27 |
| 2.2.6 | Pnbv | 29 |
| 2.3 | Fundamentación Teórica..... | 32 |
| 2.4 | Marco Conceptual..... | 41 |
| 2.5 | Idea a Defender | 42 |
| 2.5.1 | General..... | 42 |
| 2.5.2 | Específicas | 43 |
| 2.6 | Variables | 43 |
| 2.6.1 | Variable Dependiente | 43 |
| 2.6.2 | Variable Independiente | 43 |
| CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO..... | | 44 |
| 3.1 | MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN | 44 |
| 3.2 | Tipo de Investigación..... | 44 |
| 3.3 | Población | 45 |
| 3.4 | Métodos, Técnicas e Instrumentos..... | 45 |
| 3.4.1 | Métodos | 45 |
| 3.4.2 | Técnicas | 46 |
| 3.4.3 | Instrumentos..... | 46 |
| 3.5 | Resultados | 46 |
| 3.5.1 | Resultado de las Encuestas | 47 |
| 3.6 | Verificación de Idea a Defender | 55 |
| CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO..... | | 56 |

| | | |
|---------|---|----|
| 4.1 | TÍTULO | 56 |
| 4.2 | Contenido de La Propuesta | 56 |
| 4.2.1 | Mercado Objetivo | 56 |
| 4.2.1.1 | Indicadores Socioeconómicos..... | 57 |
| 4.2.1.2 | Segmentación de Mercado..... | 57 |
| 4.2.1.3 | Principales Productos Importados por Estados Unidos | 60 |
| 4.2.1.4 | Relación Comercial entre Ecuador y Estados Unidos | 60 |
| 4.2.1.5 | Oportunidades Comerciales | 61 |
| 4.2.2 | Acceso al Mercado..... | 62 |
| 4.2.2.1 | Trámites y Tributos Aduaneros | 62 |
| 4.2.2.2 | Productos de Prohibida Importación..... | 67 |
| 4.2.2.3 | Licencias de Importación..... | 67 |
| 4.2.2.4 | Aranceles | 68 |
| 4.2.2.5 | Requisitos Fitosanitarios/Sanitarios..... | 69 |
| 4.2.2.6 | Requisitos de Empaque, Embalaje Y Etiquetado | 71 |
| 4.2.2.7 | Reglamentos y Normas Técnicas..... | 71 |
| 4.2.2.8 | Certificados | 72 |
| 4.2.3.1 | Exigencias de la Senae..... | 78 |
| 4.2.3.2 | Clasificación Arancelaria..... | 80 |
| 4.2.3.3 | Incoterm | 80 |
| 4.2.3.4 | Forma de Pago | 80 |
| 4.2.3 | Marketing..... | 85 |
| 4.2.3.1 | Empaque, Embalaje, Logo y Etiquetado | 85 |
| 4.2.4.2 | Promoción y Publicidad..... | 89 |
| 4.2.4.3 | Contratación del Seguro..... | 90 |
| 4.2.4.4 | Contenedor..... | 91 |
| 4.2.4.5 | Elaboración de Queso | 92 |
| 4.2.4.6 | Proceso de Exportación de Lácteos San Salvador | 94 |
| 4.2.5 | Estado Financiero | 94 |
| 4.2.5.1 | Costo de Producción | 95 |

| | | |
|----------|--|-----|
| 4.2.5.2 | Clasificación del Producto | 95 |
| 4.2.5.3 | Inversión | 96 |
| 4.2.5.4 | Capital de Trabajo..... | 97 |
| 4.2.5.5 | Mano de Obra | 97 |
| 4.2.5.6 | Costos de Materiales Directo | 98 |
| 4.2.5.7 | Costos de Materiales Indirectos | 99 |
| 4.2.5.8 | Gastos Generales..... | 99 |
| 4.2.5.9 | Depreciación | 99 |
| 4.2.5.10 | Gastos Administrativos..... | 100 |
| 4.2.5.11 | Gastos de Exportación | 100 |
| 4.2.5.12 | Capital de Trabajo..... | 101 |
| 4.2.5.13 | Inversión Total | 101 |
| 4.2.5.14 | Precio Fob | 101 |
| 4.2.5.15 | Flujos Netos | 102 |
| 4.2.5.16 | Valor Actual Neto | 102 |
| 4.2.5.17 | Tasa Interna de Retorno | 103 |
| 4.2.5.18 | Relación Beneficio / Costo | 103 |
| 4.2.5.19 | Periodo de Recuperación del Capital..... | 104 |
| | CONCLUSIONES | 105 |
| | RECOMENDACIONES..... | 106 |
| | BIBLIOGRAFIA | 107 |
| | ANEXOS | 110 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

| | |
|--|----|
| Ilustración 1: Propiedades y aportes nutricionales del queso | 19 |
| Ilustración 2: Queso Cottage..... | 21 |
| Ilustración 3: Queso de Burgos..... | 21 |
| Ilustración 4: Requesón | 22 |
| Ilustración 5: Queso Petit..... | 22 |
| Ilustración 6: Queso Quark | 23 |
| Ilustración 7: Organigrama de San Salvador | 26 |
| Ilustración 8: Inscripción legal de la empresa | 27 |
| Ilustración 9: Reconocimiento de la empresa | 48 |
| Ilustración 10: Empezar un Proceso de Exportación..... | 49 |
| Ilustración 11: Listado de productos más producido..... | 50 |
| Ilustración 12: determinar la calidad del queso fresco | 51 |
| Ilustración 13: Descripción del mercado interno | 52 |
| Ilustración 14: Factibilidad de una Exportación | 53 |
| Ilustración 15: Mercado objetivo | 54 |
| Ilustración 16: Mapa de Queens | 58 |
| Ilustración 17: Población Americana..... | 59 |
| Ilustración 18: Productos importados por Estados Unidos..... | 60 |
| Ilustración 19: Balanza comercial..... | 61 |
| Ilustración 20: Productos prohibidos a Estados Unidos | 67 |
| Ilustración 21: Aranceles de Estados Unidos | 69 |
| Ilustración 22: Empaque San Salvador | 86 |
| Ilustración 23: Etiquetado San Salvador..... | 86 |
| Ilustración 24: Logotipo San Salvador | 87 |
| Ilustración 25: Tipo de embalaje | 88 |
| Ilustración 26: Separador de queso | 89 |
| Ilustración 27: Contenedor refrigerante | 91 |
| Ilustración 28: Proceso de elaboración del queso fresco | 92 |
| Ilustración 29: Proceso de exportación | 94 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1: Reconocimiento de la empresa “San Salvador” en la ciudad de Riobamba..... | 48 |
| Tabla 2: Empezar un Proceso de Exportación. | 49 |
| Tabla 3: Listado de productos más producido.. | 50 |
| Tabla 4: determinar la calidad del queso fresco | 51 |
| Tabla 5: Descripción del mercado interno | 52 |
| Tabla 6: Factibilidad de una Exportación | 53 |
| Tabla 7: Mercado objetivo | 54 |
| Tabla 8: Indicador socioeconómico | 57 |
| Tabla 9: Segmentación de mercado | 59 |
| Tabla 10: Clasificación arancelaria..... | 80 |
| Tabla 11: Costo de producción | 95 |
| Tabla 12: Clasificación del producto | 96 |
| Tabla 13: Inversión Tangible | 97 |
| Tabla 14: Inversión intangible | 97 |
| Tabla 15: Capital de trabajo..... | 97 |
| Tabla 16: Mano de obra directa | 98 |
| Tabla 17: Mano de obra indirecta | 98 |
| Tabla 18: Materiales directos..... | 98 |
| Tabla 19: Materiales indirectos..... | 99 |
| Tabla 20: Gastos generales | 99 |
| Tabla 21: Depreciación..... | 100 |
| Tabla 22: Gastos Administrativos..... | 100 |
| Tabla 23: Gastos de exportación..... | 100 |
| Tabla 24: Capital de trabajo..... | 101 |
| Tabla 25: Inversión total | 101 |
| Tabla 26: Precio FOB | 102 |
| Tabla 27: Flujos netos..... | 102 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| Anexo no. 1: Declaración aduanera de exportación | 110 |
| Anexo no. 2: Conocimiento de embarque | 111 |
| Anexo no. 3: Formulario para la obtención del token | 112 |
| Anexo no. 4: Factura comercial | 113 |
| Anexo no. 5: Carta de crédito | 114 |

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene por objetivo un proyecto de exportación de queso fresco desde la empresa Productos “San Salvador” de la ciudad de Riobamba – Ecuador hacia la ciudad de Queens-Estados Unidos para el periodo del 2016.

Se realizó un estudio de mercado de la ciudad de Queens donde se ha pensado a exportar, en esto se vio cual es el consumidor de nuestro producto de acuerdo con las necesidades que se han encontrado en este mercado y sus potenciales mercados aparentes.

Para poder comenzar con este proceso de exportación de lácteos San Salvador fueron enfocadas en los permisos necesarios que el país de llegada requiere para que este producto pueda llegar a sus consumidores finales.

Al final se realizaron los sistemas contables para analizar la viabilidad del proyecto donde se calculó con datos reales y se obtuvo buenos resultados como son los de VAN que es de \$ 30.009,81 y el TIR del 29% lo que alienta a esta investigación que es rentable y que la empresa puede iniciar con la exportación.

Se recomienda que esta investigación se ponga a consideración de los socios de la empresa para su iniciación y con la observación de colocar un área de comercio exterior quien se encargara de todos los procesos para que este producto pueda salir a este mercado.

Palabras claves: Proyecto de Exportación, Comercio Internacional, Queso, TIR, VAN.

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

This research aims a Project for exporting fresh cheese from the company's products "San Salvador" in the city of Riobamba – Ecuador towards the city of Queens – US for the period 2016.

It was conducted a market survey of the city of Queens, where it was thought to export in which was seen what is the consumer of our product according to the needs that have been found in this market and its potential apparent markets.

In order to start this process of export of dairy San Salvador were focused on the necessary permissions to the country of arrival required for this product can get to their final consumers.

At the end accounting systems were conducted to analyze the feasibility of the project which was calculated with real data and good results it was obtained as are the NPV is \$30,000.81 and the IRR of 29% which encourages this research is profitable and that the company can start with export.

It is recommended that this research is reset to consideration of business partners for initiation and observation of placing a foreign trade area which will handle all processes to make this product can leave this market.

Keywords: Export Project, International Trade, Cheese, IRR, NPV.

INTRODUCCIÓN

En un mundo donde lo primordial es poder encontrar nuevos mercados para que un producto pueda ser internacional, es lo que el Ecuador necesita en esta época ya que se sufre una gran crisis en el país y es necesario buscar nuevas fuentes de ingreso donde un mercado ya se ha estancado y su futuro no se ve prometedor. La producción de queso en el país gana cada vez más ya que se ha comenzado con un proceso de industrialización en este producto y la calidad de este es muy adecuada para poder ser comercializado hacia Estados Unidos.

Al comienzo este proyecto está enfocado a mostrar el problema que se va a investigar, así como su formulación y su planteamiento, también se revela la importancia y factibilidad de la misma a través de la justificación que nos da como resultado los objetivos que se piensan cumplir. En el capítulo dos aquí se desarrolla el fundamento teórico donde se sustentara el análisis y el desarrollo de la propuesta, así como también dar la idea a defender de mi investigación. Para poder llegar a conocer mas cerca del tema que se va a investigar aplicamos la metodología que se va a tener así como la población de estudio, métodos, técnicas e instrumentos a utilizar. Y al final se desarrollara el modelo de la exportación así como son los requerimientos, documentos y obligaciones para poder comenzar a exportar y a la final se analizara todos los estados financieros para saber en números como refleja la exportación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador posee una deficiente cultura exportadora, la mayoría de productos que salen del país son exportaciones petroleras, los demás productos pertenecientes a diferentes sectores productivos poco o nada exportan, delimitando así sus oportunidades de salir a un gran mercado internacional.

La Empresa Productos “San Salvador” de la ciudad de Riobamba no cuenta con un proyecto para la exportación de su producto Queso Fresco; además no cuenta con los conocimientos necesarios para implementar dicho plan. La falta de contactos en el mercado mundial, la carencia de acuerdos comerciales entre nuestra empresa y clientes externos y la publicidad escasa, han sido factores determinantes para no poder internacionalizar nuestro producto.

1.1.1 Formulación del Problema

¿Una vez diseñado un proyecto de exportación que cumple con los parámetros exigidos por el mercado y que favorece a la Empresa Productos “San Salvador” de la ciudad de Riobamba será posible implementarlo y trabajar bajo las directrices que se plantean?

1.1.2 Delimitación del Problema

Esta investigación está enfocada al estudio de un proyecto de exportación de Queso Fresco desde la Empresa Productos “San Salvador” de la ciudad de Riobamba, país Ecuador, hacia la ciudad de Queens, país Estados Unidos, el mismo que se realizará en el periodo 2016.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El incentivo del gobierno hacia las exportaciones motiva a muchas empresas y sectores que difícilmente solos podrían hacerlo. El gobierno brinda información y facilita trámites mediante organismos dedicados enteramente al comercio exterior; tales como PROECUADOR, ADUANAS DEL ECUADOR, etc.

Una de las maneras de sacar a un país adelante, es en la parte económica, sabemos que un país tiene superávit cuando las exportaciones superan a las importaciones; que mejor oportunidad para aprovechar las facilidades del gobierno y para ser un aporte a la economía del país.

Este proyecto buscará ampliar nuevos mercados que posean una demanda insatisfecha de nuestro producto, con lo cual mejorará los ingresos y las utilidades de la empresa Productos “San Salvador” de la ciudad de Riobamba: con esto también se fortalecerá las exportaciones de lácteos, se dará a conocer sobre la calidad y beneficios que presta el producto, además existe una gran posibilidad de crear fuentes de trabajo

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un proyecto de exportación de Queso Fresco de la empresa Productos “San Salvador” de la ciudad de Riobamba – Ecuador, hacia la ciudad de Queens – Estados Unidos para generar un crecimiento empresarial para todos sus asociados.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio interno de la empresa Productos “San Salvador”, acerca de la capacidad de producción con la que cuenta.

- Determinar cuál es la demanda de Queso Fresco en la ciudad Queens – Estados Unidos.
- Realizar un análisis financiero para determinar la viabilidad del proyecto.
- Diseñar las estrategias de exportación de Queso Fresco hacia la ciudad Queens – Estados Unidos

CAPÍTULO II: MARCO METODOLOGICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Reseñas de otros autores

- ✓ **Tema:** PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESO FRESCO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS 2005- 20014.

Universidad: Universidad Tecnológica Equinoccial

Resumen: Ecuador es considerado exportador de productos no tradicionales volviendo sensibles a los precios internacionales, lo que representa que no obtengamos divisas en forma sostenida, esto se debe en parte a la falta de tecnología, para diversificar las exportaciones lo que hace que muchos de nuestros productos no sean competitivos, basándose en esta realidad me he permitido realizar un Proyecto de Prefactibilidad con el propósito de contribuir al ingreso de divisas a nuestro país, mediante la exportación de productos no tradicionales, como es en el caso de queso fresco. En los últimos años Ecuador empieza ha exportar nuevos logrando con ello incrementar la canasta de exportaciones y obtener mas divisas para el país. Debido ha que el sector quesero es muy fragmentado en nuestro país es muy difícil que cada productor logre exportar sus productos es por eso que es necesario investigar la actividad quesera para determinar si existe la posibilidad de que estos puedan enviar sus productos al exterior, sea individualmente o en forma asociada. En nuestro país las exportaciones son un factor muy importante en los ingresos económicos, además demuestra la competitividad de nuestros productos, es preciso señalar que exportar hacia el mercado de Estados Unidos no es difícil y en muchas ocasiones nuestras empresas por falta de información no exportan productos de buena calidad. Este proyecto es de mucha utilidad para todo aquel público que busque productos no tradicionales para exportación y a su vez sirva de apoyo para desarrollar futuras investigaciones.

- ✓ **Tema:** DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE CALIDAD EN EL PROCESO PRODUCTIVO DEL QUESO.

Universidad: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Resumen: Analizar los costos de calidad y los beneficios que se pueden generar por implementar un programa eficiente de producción acorde a las normas de calidad, el objetivo principal de este proyecto. Nuestro estudio se basa en el proceso productivo del queso fresco en Agroindustrial Daule, una fábrica sin fines de lucro, apoyada por la iniciativa de PROTAG-ESPOL.

El proyecto inicia con un diagnóstico actual de la fábrica, que se establece mediante el análisis de las 5 fuerzas de Porter, con la finalidad de tener un panorama certero de la situación.

Además de las exigencias del mercado como regulador, se analiza al mismo tiempo las exigencias con su rol de demandante. ¿Es la calidad una variable determinante al momento de adquirir el producto?, tomando en cuenta que actualmente se ofrece una amplia variedad de quesos que no difieren mucho en su precio, sabor, textura, entre otras cualidades.

Se define un análisis financiero de costos que implicarían el mejorar este proceso y si los beneficios que se generan a largo plazo, compensan la inversión que tendrían que incurrir la fábrica para tener un proceso óptimo en términos de calidad.

- ✓ **Tema:** OPORTUNIDADES PARA INVERTIR LÁCTEOS

Instituto: PROECUADOR

Resumen: El consumo mundial de productos lácteos se incrementará en promedio 24% en el periodo 2012-2022, debido a la mayor capacidad adquisitiva de la población en varios países, así como también al crecimiento del sector de alimentos y comidas rápidas

como pizzas, hamburguesas de queso, entre otras. El consumo mundial de mantequilla se estima se incrementará en 35%, la de queso en 15% y leche en polvo 23%.

La tendencia del consumo de lácteos en Ecuador es creciente, se proyecta que el consumo de incremento a alrededor de 100 litros anuales per cápita como resultado de mayores ingresos de las familias ecuatorianas.

El cambio de la matriz productiva que impulsa el Gobierno ecuatoriano busca la sustitución de importaciones de yogur, suero deshidratado, leche condensada y evaporada, el incremento de la oferta exportable, el incremento de la productividad y calidad y la producción intensiva en innovación, tecnología y conocimiento.

Para cumplir con estos objetivos, están en marcha: el Proyecto Nacional de Ganadería Sostenible cuyo presupuesto bordea \$248 millones, la creación de una planta procesadora de lácteos en la costa y otra planta de quesos en la sierra central, programas de inversión entre el Estado y las industrias privadas, entre otros.

Las exportaciones de productos lácteos ecuatorianos se expanden a la Comunidad Andina y a Venezuela. En 2011 las importaciones totales de productos lácteos en la Comunidad Andina fueron de US\$66 millones y en Venezuela de US\$ 509 millones. El principal producto de importación de Venezuela es la leche en polvo que en 2011 registró importaciones totales por US\$ 401 millones, seguida por el queso con US\$ 89 millones y la mantequilla con US\$ 18 millones (Comtrade).

Ecuador dispone de las condiciones geográficas y climáticas necesarias para la cría de ganado lechero para poder continuar expandiendo la producción e incrementar el abastecimiento para los mercados regionales.

Las facilidades de conectividad con un excelente sistema vial; la expansión de los centros de acopio con frío; la reducción del costo de energía eléctrica, son entre otros factores que facilitan la inversión.

2.1.2 Guía para elaborar un proyecto

2.1.2.1 Guía para cómo hacer un proyecto emprendedor paso a paso.

A todos nos ha pasado: tenemos una buena idea que estamos seguros que mucha gente querría usar o comprar. Sin embargo, pocos nos lanzamos a hacer de esa idea una realidad de un producto o un servicio. La mayoría de la gente frena su idea por no saber cómo hacer un proyecto.

Es por esto que se ha realizado una guía de cómo realizar un buen proyecto en cualquier rama con los siguientes puntos, toda esta información fuera recopilada de la página web www.diexmx.com con el tema “Cómo hacer un proyecto”, por Solorzano D.(2014).

Identificar tendencias

Antes de iniciar a planear todos los aspectos que involucran la creación de una empresa, debes preguntarte si tu idea tiene potencial para escalar. Las tendencias mundiales son, a final de cuentas, el sustento de cualquier negocio. Existen miles de ejemplos de empresas que han fracasado debido a no seguir las grandes tendencias mundiales: Kodak y su negocio de rollos fotográficos en la era de la foto digital; Nokia y sus celulares “no-inteligentes” en los inicios de estos; Woolworth en la época del auto-servicio, etc.

Estos ejemplos nos enseñan que se debe estar en el momento y lugar adecuado, con la idea adecuada para ellos. Resulta de vital importancia revisar si las tendencias mundiales están con nosotros.

Una excelente herramienta para revisar tendencias es Google Trends. Como su nombre lo indica, en él puedes encontrar tendencias de búsqueda para cualquier palabra o grupo de palabras.

Como información adicional, tendencias calientes en el mundo ahora son: Smartphone, internet, sustentabilidad, ciudades inteligentes, salud y bienestar, etc.

Diseñar el modelo de negocio

A la hora de aprender cómo hacer un proyecto emprendedor existe una duda entre “modelo de negocio” y “plan de negocio”. Para explicarlo de manera sencilla: un plan de negocio es un documento donde se plasma un modelo de negocio. Luego entonces un modelo de negocio es la forma (activos principales, insumos, y mercado objetivo) con los que una empresa generará su propuesta de valor (problema que resuelve, necesidad que satisface), traducida en ingresos. Adicionalmente, el modelo de negocio contempla los gastos y costos asociados a generar la propuesta de valor de la empresa.

Dicho de otra manera, el modelo de negocio se puede resumir como la manera en que una empresa genera sus ingresos, tomando en consideración los recursos y costos que serán necesarios para hacerlo.

Una excelente manera de hacerlo es realizando un mapa de negocio, donde se identifiquen la propuesta de valor, los clientes a los que se pretende llegar, la manera de promocionar y las formas de generar ingresos. Además, debe incluir los costos, socios y proveedores principales, asociados al proyecto.

Análisis de competencia

Siguiente paso al aprender cómo hacer un proyecto: análisis de la competencia. Tener cuidado en este paso, es prácticamente imposible encontrar un nicho sin competencia. Nunca se debe dejar que el hecho de que exista competencia sea un pretexto para no lanzar a la empresa. Sin embargo, la competencia es un factor importante a considerar al evaluar de la idea.

La mejor forma de evaluar la competencia es mediante un mapa de mercado / producto. En él se tienen 4 cuadrantes, basados en 2 categorías: novedad del producto y novedad del segmento. Típicamente no es una buena idea intentar competir en el cuadrante de producto existente y segmento existente, ya que la posibilidad de generar valor y vencer a la competencia es mínima.

Plan de marketing

Una vez que tiene claro qué se quiere hacer y contra qué se enfrentará, es hora de decidir cómo será más visible y cómo se dará a conocer. Un plan de marketing bien hecho debe responder la pregunta de cuáles son los mensajes clave y en qué medios de comunicación se dará a conocer la empresa.

El marketing es un punto esencial para cualquier empresa: si no puede darse a conocer el producto o servicio, no se tendrá ventas. Es así de fácil. Existen muchos tipos de marketing, que van desde boca en boca hasta medios masivos. Entiende en cuál debe competir y en cuál se encuentra el usuario final.

Modelo financiero

Siguiente paso para cómo hacer un proyecto- tener un modelo financiero. El modelo financiero es un archivo de hojas de cálculo donde se reflejarán los ingresos y costos de la empresa mes a mes. Más importante que los ingresos y costos es el flujo de efectivo, el dinero que se tendrá disponible cada mes para continuar con la operación de la empresa. Algunos piensan que “como hacer un proyecto” es lo mismo que “como hacer un modelo financiero”. Es así de importante.

Todo parte de una variable base (cantidad vendida de tu producto y precio de venta) y un grupo de supuestos clave (costos y gastos). Cada vez que muevas algún supuesto, todo el modelo debe modificarse.

El modelo financiero debe ser la base de la empresa: sirve como objetivo de ventas, costos y para saber cuánto dinero tenemos aún disponible después de todas las actividades de la empresa.

Lanzar al mercado y conseguir recursos financieros

Esta es la clave de cómo hacer un proyecto: lanzar rápido al mercado. Tener un producto mínimamente viable y genera ventas. Al final del día, las ventas son la mejor manera de financiarte. Salir rápido al mercado y genera ventas rápido.

Para lanzar al mercado, se debe reunir todos los recursos materiales (activos) para generar ventas. Es importante en cómo hacer un proyecto que se tenga los recursos suficientes. Especialmente recursos financieros. ¿Tienes poco dinero? Lanza el producto más básico posible, empieza a vender y con esa base escala. ¿Tienes mucho dinero? Lanza el producto más básico posible, empieza a vender y con esa base escala. Esta es la clave de cómo hacer un proyecto. No importa cuánto dinero tengas disponible, lanza al mercado.

2.1.3 Antecedentes del queso

2.1.3.1 Historia del queso

Hasta donde alcanzan los hallazgos arqueológicos solo se pueden ofrecer suposiciones sobre la cuestión de cómo y cuándo surgió el queso. Sin embargo es prácticamente seguro que los primeros quesos aparecieron una vez iniciada la domesticación de los animales en el Neolítico, hace 10.000-12.000 años. La cabra y la oveja fueron los primeros en domesticarse y 2.000 años después la vaca. Parece que apareció como un hecho tan espontáneo como natural, aunque los griegos se lo atribuyeron a un origen pino (al hijo del Dios Apolo, llamado Aristeo), no obstante lo que sí parece, es que la observación y curiosidad del hombre fue fundamental en el descubrimiento del queso: La primera observación de éste fue ver que la leche tras cierto tiempo se cuajaba La segunda curiosidad fue que la influencia de las temperaturas en este proceso la leche se cuajaba más rápido. La tercera, si cuando la leche cuajaba se solidificaba y se vertía el líquido, la cuajada se hacía más consistente y en este estado podía conservarse más tiempo. La cuarta, es el descubrimiento el cuajo, enzima digestiva que se extrae del estómago de un cabrito o cordero. Existe una leyenda de este descubrimiento, en un pastor de Asia Menor, con el nombre de Kanama, quien guardo la leche ordeñada de su rebaño en un odre -bolsa hecha con los estómagos de los rumiantes- y que tras cierto tiempo, movimiento nómada y altas temperaturas del desierto, la leche se cuajó. Lo que sí es posible, es que de manera casual, se vio el efecto coagulante que tenían los jugos estomacales en la leche, y posteriormente el hombre busco los medios para provocar dicha transformación. Hemos comprobado hasta ahora que la historia del queso, se ha basado siempre en suposiciones, pero los primeros testimonios gráficos son del siglo tercero antes de nuestra era, en

Mesopotamia, a través del friso sumerio de “Ur”, llamado “La Lechería”, dentro del templo de la gran diosa de la vida Ninchursag, este friso describe gráficamente la producción del queso.

Hasta donde alcanzan los hallazgos arqueológicos solo se pueden ofrecer suposiciones sobre la cuestión de cómo y cuándo surgió el queso. Sin embargo es prácticamente seguro que los primeros quesos aparecieron una vez iniciada la domesticación de los animales en el Neolítico, hace 10.000-12.000 años.

La cabra y la oveja fueron los primeros en domesticarse y 2.000 años después la vaca. Parece que apareció como un hecho tan espontáneo como natural, aunque los griegos se lo atribuyeron a un origen pino (al hijo del Dios Apolo, llamado Aristeo), no obstante lo que sí parece, es que la observación y curiosidad del hombre fue fundamental en el descubrimiento del queso:

- La primera observación de éste fue ver que la leche tras cierto tiempo se cuajaba
- La segunda curiosidad fue que la influencia de las temperaturas en este proceso la leche se cuajaba más rápido.
- La tercera, si cuando la leche cuajaba se solidificaba y se vertía el líquido, la cuajada se hacía más consistente y en este estado podía conservarse más tiempo.
- La cuarta, es el descubrimiento el cuajo, enzima digestiva que se extrae del estómago de un cabrito o cordero. Existe una leyenda de este descubrimiento, en un pastor de Asia Menor, con el nombre de Kanama, quien guardo la leche ordeñada de su rebaño en un odre -bolsa hecha con los estómagos de los rumiantes- y que tras cierto tiempo, movimiento nómada y altas temperaturas del desierto, la leche se cuajó. Lo que sí es posible, es que de manera casual, se vio el efecto coagulante que tenían los jugos estomacales en la leche, y posteriormente el hombre busco los medios para provocar dicha transformación. (Historia del queso, recuperado el 03 de diciembre de 2015 de la página web poncelet.es)

Según datos de USDA/FAS & EuroStat del año 2007, el consumo de queso por países lo encabeza Grecia con 37,4 kg por persona y año, le siguen los franceses con 23,6 kg luego

los malteses con 22,5 kg después los alemanes con 20,6 kg los austríacos con 18 Kg. chipriotas con 16,6 kg estadounidenses 14,9 kg argentinos 11,1 kg australianos 10,4 kg y para terminar la lista de los diez primeros están los habitantes del Reino Unido con 10,1 kg. Estos datos pueden variar rápidamente, pues hay países donde el consumo se mantiene estable desde hace muchos años, mientras que otros como los Estados Unidos, el consumo se está incrementando rápidamente, habiéndose triplicado prácticamente en los últimos 30 años. (Historia del queso, recuperado el 15 de diciembre de 2015, por la página web mundoquesos.com)

2.1.4 Historia del queso en el Ecuador

La palabra "queso" tiene sus orígenes en el vocablo indoeuropeo caseus, que significa "que carece de suero". Para explicar sus orígenes han surgido múltiples versiones; desde historias míticas, hasta narraciones en las que se atribuye el descubrimiento a la casualidad y a la necesidad de conservar la leche. Más allá de la historia de este producto y de su inigualable sabor, existe toda una industria mundial dedicada a su elaboración, desde los quesos frescos Mozzarella o el Bel Paese, hasta los más elaborados como el gruyere, el Parmesano y el roquefort. El mercado ecuatoriano de quesos es muy dinámico; de acuerdo con las investigaciones de Pulso Ecuador, un 84,3% de los hogares urbanos de las principales 15 ciudades consumen regularmente este producto; esto representa algo más de un millón de hogares. Indudablemente, el mercado más dinámico es el del queso fresco; su tradición y precio son factores decisivos a la hora de elegirlo: 92,8% de los hogares que compran regularmente queso adquieren ese tipo. La variedad mozzarella (11,5%) y los quesos maduros (4,8%) son también predilectos por una gran cantidad de ecuatorianos; aunque, el precio de estos productos hace que su consumo se concentre mayormente en los hogares de altos ingresos. En el Ecuador urbano, mensualmente se consumen 1,36 millones de kilos de queso de todas las variedades, lo cual representa un mercado de \$7,03 millones por mes.

El consumo promedio por hogar alcanza las 2,5 unidades de 500 gramos; para ello una familia destina en promedio \$6,5 por mes. El 81,5% del mercado de quesos corresponde a la variedad del fresco, que contempla el queso de mesa, de comida, el amasado, el

criollo, entre otros. El 10,3% del gasto mensual corresponde al queso mozzarella, el 4,3% a las variedades de maduros y semimaduros, y el restante 3,8% a otras variedades. A la hora de elegir un queso, las preferencias de los ecuatorianos son muy variadas; sin embargo, la calidad(37,5%) en donde se agrupan principalmente el sabor, lo saludable del producto y su precio (21,1%), son los factores decisivos para los consumidores, quienes en su mayoría, prefieren adquirirlo en un supermercado(40,2%), en una tienda de barrio (29,8%) o en el mercado (20%).El mercado ecuatoriano de quesos es bastante complejo; más de 300 marcas compiten para incrementar su participación de mercado; no obstante, de entre ellas, existen exitosas empresas que lideran el mercado, con muchos años de tradición y presencia en el mercado. (Scribd. Quesos en el Ecuador. Publicado el 10 de noviembre de 2010. Quito.)

2.1.4.1 Queso definición y propiedades

Definición

Según el código alimentario se define queso al producto fresco o madurado, sólido o semisólido, obtenido a partir de la coagulación de la leche (a través de la acción del cuajo u otros coagulantes, con o sin hidrólisis previa de la lactosa) y posterior separación del suero.

Las leches que se utilizan habitualmente son las de vaca (entera o desnatada) que da un sabor de queso más suave, cabra u oveja (en zonas mediterráneas). En la elaboración de algún queso especializado como la mozzarella, se emplea la leche de búfala y en otros casos de camella.

El queso de Cabrales (Principado de Asturias, España) utiliza una mezcla de leche de vaca, oveja y cabra.

La grasa de la leche es el nutriente que más influye en el sabor del queso. La leche entera es la más rica en grasas, pero en ciertos casos para poder reducir el contenido graso de los quesos se usa su versión desnatada o semi, lo cual también puede disminuir el sabor del producto final.

Elaboración

La pasteurización previa de la leche será obligatoria para aquellos quesos de tipo frescos y los que se consuman antes de los dos meses pasada su fecha de elaboración.

Es básico para elaborar un queso realizar la cuajada. Es el único proceso necesario y consiste en separar los componentes de la leche, por acción de la temperatura o bacterias.

La separación se logra desestabilizando la proteína de la leche (caseína). Este desequilibrio hace que las proteínas se aglutinen en una masa blanca, separándose del líquido (suero lácteo).

Las bacterias utilizadas (lactococcus, lactobacilos, etc.) junto con las enzimas que producen y la leche de origen, serán determinantes en el sabor del queso tras su añejamiento. Para elaborar quesos duros, se somete a la cuajada a temperaturas entre 33C y 55C, para que se deshidraten más rápido.

A partir de ese momento de separación de partes, se trata de ir eliminando el suero. Como consecuencia muchas vitaminas y proteínas hidrosolubles se pierden a través del suero. Pero en términos generales, el queso mantiene todas las grasas de la leche, las tres cuartas partes del calcio y casi la totalidad de la vitamina A. Por otro lado debemos nombrar el papel de la sal en su proceso, puesto que además de aportar sabor salado, mejora la conserva y afirma la textura por su interacción con las proteínas.

La sal puede mezclarse directamente en la cuajada o sólo aplicarla en la superficie exterior del queso.

Todas las características finales de los quesos (sabor, textura, olor), además de las materias primas, dependen de las técnicas específicas de elaboración. La mayoría de los quesos no adquiere su forma final hasta que son prensados en un molde. Al ejercer más presión durante el prensado, se genera menos humedad, lo cual dará como resultado final un queso más duro.

Se necesitan varios litros de leche para obtener un kilo de queso debido a la pérdida de gran cantidad de agua durante su elaboración (dependiendo de que tipo de queso se trate). El proceso de maduración o añejamiento se aplica a la mayoría de los quesos excepto los frescos. Durante este período, los quesos permanecen en moldes y para intensificar el sabor y el olor se pueden introducir nuevos microorganismos, más sal, o se los puede ahumar o sazonar con especias.

Los quesos normalmente se comen crudos, pero también se los puede cocinar. A temperaturas superiores a 55 °C se funden y otros se endurecen aún más (por evaporación del agua que contienen).

Cuando el queso se encuentra en temperaturas cálidas (30°C) la grasa se derrite y se suele decir que el queso suda. Se recomienda consumirlos a temperatura ambiente, dependiendo del tipo de queso.

Su consumo y producción mundial

Estados Unidos es el mayor productor mundial y casi la totalidad de esa producción es para el mercado local, siendo casi nula su exportación.

Alemania es el mayor exportador en cuanto a cantidad y Francia el mayor exportador en cuanto a valor monetario. Así mismo, siguen a Estados Unidos en cuanto a producción. Dentro de los países productores en cuarta posición encontramos a Italia y en décima a Argentina.

Los países importadores de quesos por excelencia son: Alemania, Reino Unido e Italia. El mayor consumo por persona lo registra Grecia, seguido de Francia y en tercera posición Italia. Luego siguen Suiza, Alemania, Países Bajos, Austria, Suecia, etc.

Clasificación de los quesos

Resulta muy difícil realizar una clasificación estricta, debido a la amplia gama de quesos existentes. Según el código alimentario se clasifican según el proceso de elaboración y el contenido en grasa láctea (%) sobre el extracto seco.

Según sea el proceso de elaboración:

- Fresco y blanco pasteurizado: el queso fresco es aquel que está listo para consumir tras el proceso de elaboración y el blanco pasteurizado es el queso fresco cuyo coágulo se somete a pasterización y luego se lo comercializa.
- Afinado, madurado o fermentado: es aquel que luego de ser elaborado requiere mantenerse durante determinado tiempo (dependiendo del tipo de queso) a una temperatura y demás condiciones para que puedan generarse ciertos cambios físicos y/o químicos característicos y necesarios.

Según sea el contenido de grasa (%), sobre el extracto seco (sin agua)

- Desnatado: contiene como mínimo 10% de grasa
- Semidesnatado: con un contenido mínimo del 10% y un máximo del 25%
- Semigraso: con un contenido mínimo del 25% y un máximo de 45%
- Graso: contenido mínimo de grasa del 45% hasta un máximo del 60%
- Extragrasso: con un contenido mínimo del 60%

Los quesos fundidos deben contener como mínimo un 40% de grasa. Esta clasificación nos permite comprender que el queso es un alimento rico en grasas de origen animal, ya que un queso fresco nos aportará al menos un 15% de grasa, excepto queelijamos alguna versión.

Por lo tanto, aquellas personas que padezcan sobrepeso, obesidad, dislipemias, o hipertensión, deben controlar el consumo de quesos de alto contenido graso.

A nivel popular los quesos pueden clasificarse:

- Por las bacterias que actúan en ellos (Roquefort, Cabrales)
- Por su consistencia (blandos, semiduros, duros)
- Por país:
 - Francia: Brie, Camembert, Roquefort, Gruyere
 - Italia: Mozzarella, Gorgonzola, Provolone, Parmesano
 - Suiza: Emmental
 - Holanda: Gouda, Edam
 - Inglaterra: Cheddar, Stilton
 - España: Manchego, Cabrales, Burgos, Villalón, Tetilla, Mahon, Idiazabal.

Propiedades y aportes nutricionales

El queso comparte casi las mismas propiedades nutricionales con la leche, excepto porque contiene más grasas y proteínas concentradas. Además de ser fuente proteica de alto valor biológico, se destaca por ser una fuente importante de calcio y fósforo, necesarios para la re mineralización ósea.

Con respecto al tipo de grasas que nos aportan, es importante volver a señalar que se trata de grasas de origen animal, y por consiguiente son saturadas, las cuales influyen muy negativamente ante enfermedades cardiovasculares y la obesidad o sobrepeso.

En cuanto a las vitaminas, el queso es un alimento rico en vitaminas A, D y del grupo B. Gracias a todos los nutrientes importantes que el queso nos aporta, debe estar presente en una dieta sana y equilibrada, aunque deberá ser consumido con moderación.

La mejor opción es elegir, quesos frescos desnatados tipo Burgos, ricotas, requesón, o versiones de bajo contenido graso, tanto para los niños como para adultos, ya que solo en este tipo de quesos, se ve modificado su contenido graso, pero no el resto de vitaminas y minerales.

Las personas con intolerancia a la lactosa o alérgicas, deben tener especial cuidado, restringiendo su consumo, o tomando solo aquellos que su organismo tolera sin generar reacciones adversas. (Marcela Licata, (2012). Los quesos, composición, elaboración y propiedades).

Ilustración 1: Propiedades y aportes nutricionales del queso

Elaborado por: Fernando Pérez

Fuente: Zonadiet.com

| tipos de queso | Energía | Proteínas (g) | Grasa total | Grasa saturada | Grasa mono- | Grasa poli- | Colesterol (mg) | Hidratos de carbono |
|---------------------|---------|---------------|-------------|----------------|----------------|-------------|-----------------|---------------------|
| | (Kcal) | | (g) | (g) | insaturada (g) | insatu (g) | | (g) |
| blanco desnatado | 78 | 13.3 | 1.4 | 0.9 | 0.4 | trazas | 5 | 3.3 |
| azul | 353 | 21 | 29.5 | 18.5 | 8.6 | 0.9 | 88 | 0.7 |
| Brie | 329 | 20 | 27.5 | 17.5 | 8 | 0.8 | 80 | trazas |
| Camembert | 297 | 20 | 24 | 15 | 6.5 | 0.6 | 92 | 0.4 |
| Cheddar | 414 | 26 | 34 | 21.5 | 9.4 | 1.4 | 110 | trazas |
| de Bola | 350 | 29 | 25 | 14.8 | 7.2 | 0.6 | 85 | 2 |
| de Burgos | 203 | 15 | 15 | 8.8 | 4.3 | 0.9 | 14.5 | 2.5 |
| de Cabrales | 390 | 21 | 33 | 17 | 9.5 | 0.83 | * | 2 |
| Emmental | 380 | 28 | 30 | 18.4 | 9.2 | 1.3 | 100 | 0.2 |
| Gallego | 350 | 23 | 28 | 15 | 8 | 0.7 | 85 | 2 |
| Gruyere | 268 | 8 | 25 | * | * | * | * | 3 |
| Manchegocurado | 467 | 36 | 36 | 19 | 8.4 | 6.2 | 74.4 | 0.5 |
| Manchego fresco | 332 | 26 | 25 | 13.6 | 7.2 | 0.7 | * | trazas |
| Manchego semicurado | 392 | 29 | 30 | 19 | 9 | 0.7 | 87 | 0.5 |
| Parmesano | 420 | 40 | 29 | 17.2 | 8.5 | 1.1 | 100 | trazas |
| Roquefort | 370 | 19 | 33 | 20.7 | 8 | 1.5 | 100 | trazas |
| Villalón | 490 | 17.5 | * | * | * | * | * | 1.9 |
| Requeson (ricota) | 97 | 13.6 | 4 | 2.5 | 1 | 0.1 | 19 | 1.8 |

2.1.5 Queso fresco

2.1.5.1 Características

Los quesos frescos se obtienen en la industria alimentaria a partir de leche pasteurizada de vaca mayoritariamente, pero también de cabra y oveja, a través de los siguientes procesos:

- Coagulación ácida: empleando cultivos de bacterias ácidas. A ciertos quesos también se les añade algo de cuajo y es la única transformación microbiana que tienen durante todo el proceso.
- Ecurrido: tras unas horas de incubación a 25-30° C, se forma la cuajada y se los escurre de manera suave aproximadamente una hora o incluso menos, dejando así mucha parte del suero.
- No se prensan
- No se maduran

Realizado el proceso, se obtiene un queso de color blanco puro, de consistencia cremosa, gusto suave y su conservación está limitada a unos días en la nevera.

¿Por qué son los más saludables?

- Por no estar sometidos al periodo de maduración
- Por tener menos contenido en grasas
- Por aportar menos sodio (sal)
- Porque son apropiados para personas que padecen trastornos cardíacos y arteriosclerosis

2.1.5.2 Diferentes tipos de quesos frescos y sus características

- **Queso Cottage:** es un queso muy consumido en Estados Unidos desde hace más de 100 años. Se elabora a partir de leche desnatada o semidesnatada, a la que se le agrega un cultivo de estreptococos y una bacteria llamada leuconostoc, la que le proporciona ese sabor tan suave que lo caracteriza. es de aspecto granulado, ideal para preparaciones dulces o saladas, de bajo aporte en grasas y alto contenido en proteínas, por lo que es adecuado para dietas de adelgazamiento. Proporciona cada 100 gramos:

Ilustración 2: Queso Cottage

| | |
|-------------------------|---------------------|
| CALORIAS: 120 | GRASAS: 4 GRAMOS |
| PROTEÍNAS: 14 GRAMOS | |

- **Queso de Burgos:** es el queso fresco de España, elaborado a partir de leche de oveja, cuajo y sal. También existe la variante sin sal, adaptada a personas que no puedan consumir sal.

Es un queso suave, tierno y fácil de digerir. Al estar elaborado a partir de la leche de oveja tiene un alto contenido en CLA (ácido linoleico conjugado). Proporciona cada 100 gramos:

Ilustración 3: Queso de Burgos

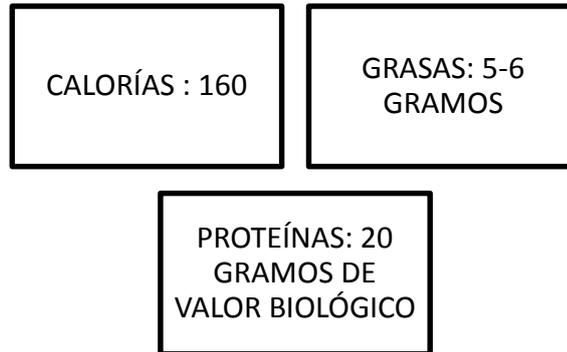
| | |
|----------------------|---------------------|
| CALORIAS: 100 | GRASAS: 7 GRAMOS |
| PROTEÍNA:7 GRAMOS | |

La variante desnatada contiene menos grasa aún.

- **Requesón o queso de suero:** como su nombre lo indica se elabora a partir del suero que se desecha en la elaboración de los demás quesos. Su proceso es calentar el suero a 90° C, produciendo precipitación de sus proteínas (las del suero), y así se forma una masa sólida que es el requesón.

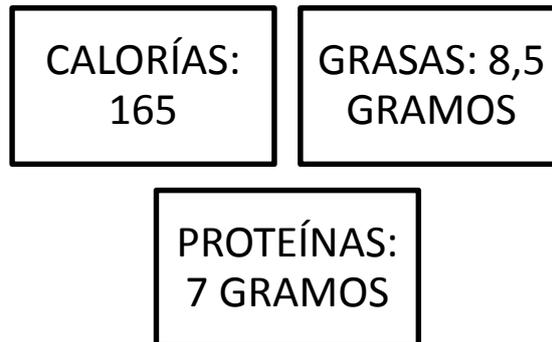
Proporciona cada 100 gramos:

Ilustración 4: Requesón



- **Queso Petit Suisse:** este queso fresco de origen francés tiene agregados de nata y azúcar, además de saborizantes y colorantes, resultando más atractivo y apetecible, pero menos saludable. Tiene una textura suave y cremosa. Proporciona cada 100 gramos:

Ilustración 5: Queso Petit



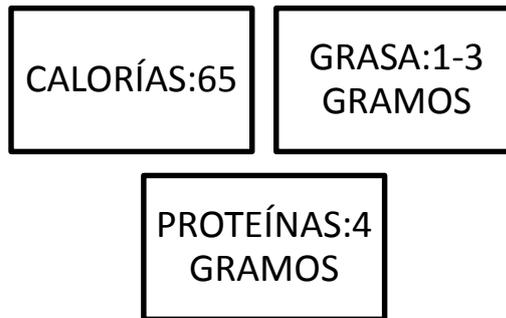
- **Queso Quark:** es el queso fresco más consumido en Alemania, de consistencia cremosa y sabor algo ácido.

Se elabora a partir de leche de vaca desnatada, por lo que es el queso fresco que menos grasas y calorías aporta.

La coagulación ácida dura aproximadamente entre 6 y 12 horas con un cultivo a base de *Streptococcus cremoris*.

El consumo de queso quark es muy aconsejado para dietas bajas en calorías. Proporciona cada 100 gramos:

Ilustración 6: Queso Quark



Las ventajas de consumir quesos blandos

- Alto aporte de minerales, entre ellos el calcio y fósforo.
- Son ricos en proteínas y aminoácidos.
- Muy digeribles.
- Su contenido calórico y de sodio es menor que el de los quesos curados.
- Sus proteínas pueden reemplazar a las de las carnes y huevos.

Siendo los quesos frescos una excelente fuente de nutrientes saludables, debemos elegirlos e incorporarlos a nuestra alimentación diaria. (Lic. Marcela Licata. (2013))

2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

2.2.1 Historia de Productos “San Salvador”

Lácteos San Salvador inicia en el año 1990 cuando Sonia Rodas culmina la fase estudiantil en la Facultad de Ingeniería Zootécnica de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo e inicia sus prácticas pre profesionales.

Empieza con la elaboración de queso fresco con la leche del Rancho San Salvador recinto Pagma cantón Alausí Ecuador, de propiedad de sus padres, de allí que lleva el nombre de LÁCTEOS SAN SALVADOR.

Esta empresa funciona como familiar hasta 1997 cuando su fundadora Sonia Rodas ya casada con Luis Mármol, retoman la posesión de propietarios, independientemente de otros accionistas.

En Marzo de 1997 bajo la dirección de Luis Mármol inicia una nueva fase con el mismo nombre y con la elaboración de yogurt. Al siguiente año se elabora nuevamente queso tipo fresco, al transcurrir el tiempo se sigue incorporando otros productos como queso andino, mozzarella, botanero, manjar de leche, crema de leche, mantequilla, requesón, que son los productos que se están procesando en la actualidad.

Es importante recalcar que el producto estrella es el queso tipo fresco, debido a que este tipo de queso es el de mayor consumo en nuestro país. (Ing. Luis Marmol, Gerente general de Lácteos San Salvador)

2.2.2 Propietarios

LUIS HERIBERTO MARMOL CUADRADO

- INGENIERO ZOOTECNISATA
- MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL MENSION EN GESTION DE PROYECTOS (MBA)
- MAESTRO ARTESANO CALIFICADO EN PROCESAMIENTO DE LÁCTEOS
- ASEROR TÉCNICO EN GANADERIA DE LECHE Y PROCESAMIENTO DE LÁCTEOS EN DIVERSAS INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES GUBERNAMENTALES, NO GUBERNAMENTALES Y PARTICULARES
- GERENTE GENERAL LACTEOS SAN SALVADOR

SONIA LOURDES RODAS ESPINOZA

- INGENIERA ZOOTECNISTA
- MASTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA E INVESTIGACIÓN EDUCATIVA
- MASTER EN INDUSTRIAS PECUARIAS CON MENCIÓN EN LÁCTEOS.
- MAESTRA ARTESANA CALIFICADA EN PROCESAMIENTO DE LÁCTEOS
- PROFESORA DE ANÁLISIS DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES Y BIOTECNOLOGÍA UNACH-RIOBAMBA
- GERENTE DE PRODUCCIÓN LÁCTEOS SAN SALVADOR

LUIS SANTIAGO MARMOL RODAS

2.2.3 Misión y visión

MISIÓN

Proveer al mercado productos de óptima calidad, elaborados con tecnología de punta en cada uno de sus procesos, basados en la seguridad de la materia prima que es rigurosamente seleccionada, a fin de obtener un beneficio nutricional en cada uno de los consumidores.

VISIÓN

Ser una empresa líder en lo que respecta al procesamiento de productos lácteos naturales, con mercados fijos a nivel nacional e internacional, contando con una infraestructura adecuada y sofisticada al momento de elaborar nuestros productos.

2.2.4 Organigrama

Ilustración 7: Organigrama de San Salvador



Fuente: Lácteos San Salvador
Elaborado por: Lácteos San Salvador

2.2.4 Inscripción legal de la empresa.

Ilustración 8: Inscripción legal de la empresa

CENTRO NACIONAL DE REGISTROS REGISTRO DE COMERCIO Matrículas con modificaciones

Periodo: Junio del 2010

Persona Natural

| Nombre | Matricula | Núm | Líb | Fol | Fol | Inscrito |
|---------------------|------------|-----|-----|-----|-----|------------|
| JOSE LAZARO MERCADO | 2005054394 | 144 | 232 | 289 | 290 | 04/06/2010 |

ASIENTO DE EMPRESA 2005054394

REGISTRO DE COMERCIO, DEPARTAMENTO DE REGISTRO DE MATRICULAS DE COMERCIO: San Salvador, a las ocho horas y catorce minutos del día cuatro de junio de dos mil diez.

De conformidad con los artículos 413, 416, 565, 566, 567 del Código de Comercio y artículos 37 al 40 de la Ley del Registro de Comercio; El infrascrito Registrador de Matricula de Empresa, HACE CONSTAR: Que la Sociedad, ha modificado lo siguiente:

NOMBRE COMERCIAL: PRODUCTORA DE BEBIDAS ALIMENTICIAS Y DISTRIBUIDORA DE LACTEOS

Por lo que se inscribe la MODIFICACION POR CAMBIO al nombre de la empresa del señor JOSE LAZARO MERCADO, titular de la empresa anteriormente denominada COMERCIAL DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE LACTEOS, que en lo sucesivo el nombre de su empresa será COMERCIAL DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE LACTEOS, a nombre de JOSE LAZARO MERCADO, ubicada en COLONIA SANTA ANITA, CALLE PRINCIPAL Nº 10, del domicilio de MONCAGUA, SAN MIGUEL.

Extiéndase la constancia de Ley de conformidad a los artículos 416 y 418 del Código de Comercio.

INSCRITO EN EL REGISTRO DE COMERCIO AL NUMERO 144 DEL LIBRO 232 DE ASIENTOS DE MATRICULA DE EMPRESA DEL FOLIO 289 AL FOLIO 290 FECHA DE INSCRIPCION: San Salvador, cuatro de junio de dos mil diez.

LIC. JOSE MAURICIO EMILIO SERMEÑO PEREZ
REGISTRADOR
*MSantos

Fuente: Centro Nacional de Registros

2.2.5 Artículo para el emprendimiento de la industria

ARTÍCULO: Emprendimiento en producción de queso y yogur en Pungalá

PUBLICADO EN: Diario LOS ANDES

DESARROLLO: En la parroquia Pungalá, 21 personas participan del emprendimiento en la producción de queso fresco, mozzarella y yogur, donde técnicos de la Unidad de

Emprendimientos del Gobierno Provincial de Chimborazo, le dan seguimiento a esta labor, aportando conocimientos y principios administrativos.

El Programa ‘Soy Emprendedor’ del GADPCH, inició con este proceso, en el 2012, luego se dotó de implementos para el procesamiento de derivados de lácteos; en la actualidad se está procesando yogur, queso fresco y pasteurizado, ayudando a la comercialización.

Además se ha dotado de un técnico para el procesamiento de los productos.

En este emprendimiento se ha desarrollado la marca, llevando por nombre Productos Lácteos ‘Pungalac’ y la constitución de la asociación. En cuanto a materia prima, la Unidad de Emprendimientos realizó el análisis de la ventaja competitiva para conocer si disponen, en este caso, de la suficiente cantidad de leche que se necesita para la elaboración de productos lácteos, con el fin de realizar el proyecto.

Diego Gómez, presidente de la Asociación de Producción y Comercialización de Pungalá, con su marca ‘Pungalac’, manifestó que gracias al Gobierno Provincial de Chimborazo, les invitaron a la capacitación respectiva en el procesamiento de lácteos, ya que disponen de potencial humano para la elaboración de derivados de la leche.

Como marca, la intención es comprar la producción de leche de la parroquia y sus comunidades rurales, que llega a una cantidad de 22 mil litros de leche al día, para la elaboración de los derivados. También señaló que los productos elaborados por la unidad productiva, tienen aceptación en el mercado, incluso son considerados productores y la producción es comercializada en el mercado mayorista de Riobamba.

Uno de los objetivos, es salir de Chimborazo, con el propósito de ofrecer productos de calidad y saludables. Los productos ‘Pungalac’, son analizados en Quito para la participación en la exposición de la Feria de Leche a Mano, que se desarrollará en Quito el 19 y 20 de diciembre.

2.2.6 PNBV

Impulsar la transformación de la matriz productiva

Políticas y lineamientos

Según el Plan nacional del buen vivir estos son los aspectos de las políticas y los lineamientos para la transformación de la matriz productiva.

10.1 Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional

10.1.a. Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos.

10.1.b. Articular la gestión de los sectores estratégicos a la Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva y a la vocación productiva de los territorios y su diversidad poblacional.

10.1.c. Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo.

10.1.d. Fortalecer y desarrollar la industria de astilleros, como generadora de encadenamientos productivos, para el desarrollo de actividades industriales conexas.

10.1.e. Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.

10.1.f. Articular la educación y la investigación a la generación de capacidades técnicas y de gestión, para dinamizar la transformación productiva.

10.1.g. Fomentar la sustitución selectiva de importaciones, en función del potencial endógeno territorial, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermedias.

10.2 Promover la intensidad tecnológica en la producción primaria, de bienes intermedios y finales

10.2.a. Articular la investigación científica, tecnológica y la educación superior con el sector productivo, para una mejora constante de la productividad y competitividad sistémica, en el marco de las necesidades actuales y futuras del sector productivo y el desarrollo de nuevos conocimientos.

10.2.b. Tecnificar los encadenamientos productivos en la generación de materias primas y la producción bienes de capital, con mayor intensidad tecnológica en sus procesos productivos.

10.2.c. Crear y fortalecer incentivos para fomentar la inversión privada local y extranjera que promueva la desagregación, transferencia tecnológica y la innovación.

10.2.d. Implementar mecanismos de reactivación y utilización óptima de la capacidad instalada del Estado en actividades de producción y de generación de trabajo.

10.2.e. Fomentar la sustitución selectiva de importaciones, considerando la innovación y tecnología como componentes fundamentales del proceso productivo, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermedias.

10.2.f. Asegurar que los encadenamientos productivos de las industrias estratégicas claves, los sectores prioritarios industriales y de manufactura, generen desagregación y transferencia tecnológica en sus procesos productivos.

10.2.g. Articular los programas de innovación participativa en el sector rural, en sistemas formales e informales, con acceso y uso de TIC para incrementar la cobertura de los servicios y fomentar el intercambio de conocimientos entre actores locales.

10.3 Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios

10.3.a. Fortalecer el sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo.

10.3.b. Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva.

10.3.c. Articular la gestión de infraestructura de soporte para el fomento a la competitividad sistémica, en los servicios de logística y transporte aéreo, terrestre y marítimo, como ejes para potenciar el sector servicios.

10.3.d. Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios ambientales, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado.

10.3.e. Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios de construcción, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado.

10.3.f. Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad y de control de poder de mercado en la prestación de servicios, para garantizar los derechos de los proveedores y de los consumidores.

10.3.g. Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

10.3.h. Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.

2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Es necesario conocer el punto de vista de algunos expertos en el tema, acerca de conceptos y parámetros implícitos e indispensables en este proyecto de exportación; con el objetivo de hacerlo eficiente en todos los aspectos posibles.

Estados Unidos es la mayor economía del mundo y está en muy buena posición para recibir las exportaciones ecuatorianas, particularmente petróleo y productos agrícolas. (Guayaquil, 2013)

La importancia de Estados Unidos para Ecuador como principal socio comercial ha ido incrementando con el paso de los años.

El distrito de Queens es el condado étnicamente más diverso en los Estados Unidos. Con una población de 2,3 millones de habitantes, es el segundo distrito más poblado en la ciudad de Nueva York. La cifra de 2,3 millones es el máximo histórico de población nunca alcanzado en el distrito. La economía de Queens está basada en el turismo, la industria y el comercio. Queens tiene dos de los aeropuertos con mayor tráfico del mundo, el internacional de John F. Kennedy, localizado en Jamaica y el de La Guardia, en Flushing. El otro gran aeropuerto de la región está en Newark, Nueva Jersey. Los tres están operados por la Autoridad Portuaria de Nueva York y de Nueva Jersey.

Actualmente el condado de Queens cuenta con una población de 2.270.338 personas, de los cuales:

- El 30,7% son europeos o descendientes de europeos.
- El 26,5% son latinoamericanos o hispanos.
- El 21,2% son asiáticos.
- El 19,2% son afroamericanos (africanos o descendientes de negros).
- El resto lo conforman personas de otras razas.

La población de origen latino / hispano es la de más rápido crecimiento, debido a la alta tasa de fecundidad de las mujeres latinas residentes en los Estados Unidos, y también debido a la inmigración legal e ilegal proveniente de América latina y el Caribe.

Los ingresos medios por vivienda en el condado eran de 37.439 dólares y el ingreso por familia de 42.608 dólares. La población de Queens constituye el 27% de la población total de la Ciudad de Nueva York. (wikipedia, s.f.)

ZEDE

El Gobierno nacional podrá autorizar el establecimiento de Zonas Especiales de Desarrollo Económico (ZEDE), como un destino aduanero, en espacios delimitados del territorio nacional, para que se asienten nuevas inversiones, con los incentivos que se detallan en la presente normativa; los que estarán condicionados al cumplimiento de los objetivos específicos establecidos en este Código, de conformidad con los parámetros que serán fijados mediante norma reglamentaria y los previstos en los planes de ordenamiento territorial.(Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

MYPIMES

La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

COMEX

El organismo que aprobará las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, será un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia, que se denominará Comité de Comercio Exterior (COMEX), y que estará compuesto por titulares o delegados de las siguientes instituciones:

- El Ministerio rector de la política de comercio exterior
- El Ministerio rector de la política agrícola
- El Ministerio rector de la política industrial
- El Ministerio a cargo de coordinar el desarrollo productivo
- El Ministerio a cargo de coordinar la política económica
- El Ministerio a cargo de las finanzas públicas
- El Organismo Nacional de Planificación
- El Ministerio a cargo de coordinar los sectores estratégicos
- El Servicio de Rentas Internas
- La autoridad aduanera nacional
- Las demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante decreto ejecutivo.

Medidas Arancelarias al Comercio Exterior

Las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como: términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía (ad-valórem), en términos monetarios por unidad de medida (específicos), o como una combinación de ambos (mixtos). Se reconocerán también otras modalidades que se acuerden en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

Certificación de origen de mercancías

Se entenderá por normas de origen los parámetros técnicos establecidos con el objeto de determinar el territorio aduanero o región de origen de un producto. El origen de la mercancía podrá ser nacional, si se considera un solo país, o regional, si se considera a más de un país. Las mercancías podrán estar sujetas al cumplimiento de normas de origen para efectos de beneficiarse de preferencias arancelarias, contingentes, regímenes especiales aduaneros, y para otras medidas comerciales específicas donde se requiera determinar el origen de un producto. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

Fomento a la exportación

El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

- a) Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios
- b) Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código
- c) Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código
- d) Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo; e. Asistencia en

áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional

- e) Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes

Obligación Tributaria Aduanera

La obligación tributaria aduanera es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías, en virtud del cual, aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la prestación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales. .(Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

Declaración aduanera

La declaración aduanera será presentada conforme los procedimientos establecidos por la Directora o el Director General. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá autorizar el desaduana miento directo de las mercancías en los casos previstos en el reglamento a este Código, previo cumplimiento de los requisitos en él establecidos, y de acuerdo a las disposiciones emitidas por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En estos casos la declaración aduanera se podrá presentar luego del levante de las mercancías en la forma que establezca el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Se exceptúa de la presentación de la declaración aduanera a las importaciones y exportaciones calificadas como material bélico realizadas exclusivamente por las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá establecer, reglamentar y eliminar, las declaraciones aduaneras simplificadas, cuando así lo requieran las condiciones del comercio, para cuya aplicación se podrán reducir o modificar formalidades, para dar una mayor agilidad.(Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

COMERCIO INTERNACIONAL

Se conoce como comercio internacional al intercambio comercial entre dos o más naciones, o en su defecto entre diferentes regiones económicas. El indicado intercambio consiste en comprar y vender bienes, servicios o productos, entre otros, y por los cuales se deberá pagar un derecho aduanero, ya sea en concepto de exportación o de importación, según corresponda. La práctica comercial entre países no es algo de estos tiempos ni mucho menos, ya desde los tiempos más remotos, las diferentes naciones lo ejercieron y aunque en algunos momentos fue menos intenso que hoy siempre estuvo presente. (ABC, s.f.)

PLAN DE EXPORTACION

Es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, le dice hacia donde debe ir y como llegar al mercado internacional Es definir adecuadamente una estrategia de entrada a los mercados internacionales y la forma de operación más aconsejable.

Un buen plan de exportación debe ser:

- Sencillo
- Realista
- Congruente

Propósitos:

- Utilizar plan como guía operativa.
- Tener acceso a financiamientos.
- Atraer inversionistas, socios y colaboradores.
- Evaluar factibilidad y mejorar proyecto.
- Evaluar oportunidades e identificar riesgos.
- Determinar ventajas competitivas.
- Definir fortalezas y debilidades. (Llamazares, s.f.)

Plan de Exportación es una herramienta imprescindible para cualquier empresa que quiera iniciar o consolidar su posición en mercados exteriores. El objetivo del Plan es dar respuesta a las principales cuestiones que se plantean en la elaboración y puesta en práctica de la estrategia comercial internacional:

¿Cómo seleccionar los mercados de mayor potencial y accesibilidad para sus productos?

¿Cuál es la forma de entrada (canal de comercialización) más adecuada?

¿Qué acciones deberán llevarse a cabo en sus políticas de marketing (producto, precio, comunicación)?

¿Cuáles son los recursos necesarios para cumplir con los objetivos de ventas y de rentabilidad que se establecen? (Ponce, 2010)

INCOTERMS

Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa. (Proecuador,(2015).Información Incoterms. Descargado <http://proecuador.gob.ec>)

Según el blog de comercio exterior “Área de pymes” (Guía de incoterms 2010. Descarga <http://areadepymes.com>), estos son los términos más comunes en el comercio exterior y se encuentra su definición y las obligaciones de las dos partes detalladas.

FOB (Franco a Bordo)

Definición

Término utilizado exclusivamente cuando el transporte de la mercancía se realiza por barco (mar o vías fluviales de navegación interior).

El vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía ha sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor tiene que despachar la mercancía de exportación.

Obligaciones Comprador

- Pagar lo dispuesto en el contrato de compra-venta y conseguir, por su propia cuenta y riesgo, cualquier licencia de importación u autorización oficial precisa, así como llevar a cabo todas las formalidades aduaneras para la importación de la mercancía.
- Contratar el transporte de la mercancía desde el puerto de embarque designado y recibir la entrega de la mercancía.
- Asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía, así como todos los gastos desde el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque, si no da aviso suficiente o si el buque no llega a tiempo debe soportar todos los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercancía a partir de la fecha de expiración del plazo fijado para la entrega.
- Otras obligaciones como son pagar los gastos y cargas en que se haya incurrido para la obtención de los documentos y reembolsar los efectuados por el vendedor al prestar su ayuda al respecto.
- Posibilidad de contratar seguro para cubrir el riesgo durante el transporte en barco.

Obligaciones Vendedor

- Suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de venta, obtener cualquier licencia de exportación y cualquiera otra autorización oficial precisa así como llevar a cabo los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía.
- Entregar la mercancía a bordo del buque designado por el comprador.
- Soportar los riesgos de pérdida o daño de la mercancía, así como los gastos, hasta el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque fijado y dará al comprador aviso suficiente de que la mercancía ha sido entregada a bordo. Le proporcionará al comprador el documento usual de prueba de la entrega, pagará

los gastos de las operaciones de verificación necesarias para entregar la mercancía y proporcionará a sus expensas el embalaje requerido para el transporte de la mercancía.

CIF (Costo, Seguro y Flete)

Definición

Término utilizado exclusivamente cuando el transporte de la mercancía se realiza por barco (mar o vías fluviales de navegación interior).

El vendedor ha de pagar los gastos y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía traspasa la borda del buque en el puerto de embarque. Este término exige que el vendedor despache la mercancía de explotación.

Obligaciones Comprador

- Pagar el precio según lo dispuesto en el contrato de compraventa además de conseguir cualquier licencia de importación y llevar a cabo todos los trámites aduaneros para la importación de la mercancía.
- Aceptar la entrega de la mercancía, así como deberá asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque, del mismo modo si no da aviso suficiente asumirá todos los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercancía a partir de la fecha convenida o la fecha de expiración del plazo fijado para el embarque.

Obligaciones Vendedor

- Suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de venta, así como obtener cualquier licencia de exportación y llevar a cabo los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía.

- Realizar el contrato de transporte hasta el puerto de destino convenido del tipo normalmente empleado para el transporte de mercancías de la descripción contractual, así como obtener un seguro en que el comprador quede facultado para reclamar directamente del asegurador, y proporcionar el comprador la póliza del seguro y otra prueba de la cobertura de seguro, el seguro mínimo cubrirá el precio previsto en el contrato más un diez por ciento (es decir, un 110%) y será concertado en la moneda del contrato.
- Entregar la mercancía a bordo del buque, en el puerto de embarque, en la fecha o dentro del plazo estipulados y asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque.
- Pagar todos los gastos relativos a la mercancía hasta que haya sido entregada, incluidos los de cargar la mercancía a bordo y descargarla en el puerto de destino.
- Asumir los costes, incluyendo transporte principal y seguro, hasta que la mercancía llega al puerto de destino.

2.4 MARCO CONCEPTUAL

Mercancía: Una mercancía es todo "aquello que se puede vender o comprar", usualmente el término se aplica a bienes económicos. Es importante señalar que el concepto mercancía no se refiere sólo a aquello que se entrega, sino también al momento en que se entrega y al lugar donde se recibe: no es lo mismo recibir ahora mil euros y entregarlos dentro de un año (esto sería recibir un préstamo) que recibir mil euros y entregarlos a continuación (efectuar un pago). Tampoco es lo mismo comprar un kilo de naranjas que nos entregarían a cien kilómetros de nuestro domicilio -llevarlas a casa sería caro- que recibirlas en una tienda al lado de casa -el coste de transportarlas a donde las vamos a consumir es mucho menor. (WIKIPEDIA, s.f.)

Mercado: Lugar en donde habitualmente se reúnen los compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales. La idea de mercado ha ido unida siempre a la de un lugar geográfico. Como consecuencia del progreso de las comunicaciones el mercado se ha desprendido de su carácter localista, y hoy día se entiende por mercado el conjunto

de actos de compra y venta referidos a un producto determinado en un momento del tiempo, sin ninguna referencia espacial concreta. Los mercados se pueden clasificar con arreglo a diferentes criterios. Así, desde el punto de vista territorial podemos hablar de mercado local, provincial, regional, nacional, continental, de ultramar y mundial. Desde el punto de vista temporal podemos hablar de mercado pasado, presente y futuro. (Economía48, 2008)

Empresa: La empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado. Por ello, resulta muy importante que toda persona que es parte de una empresa (ya sea propia o no) o que piense emprender una, conozca cuál es la definición de empresa para que tenga una idea clara acerca de cuáles son sus características básicas, funciones, objetivos y elementos que la componen. Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela" (Romero, 2006)

Derechos Arancelarios: Gravámenes que deben soportar las mercancías cuando, siendo objeto de comercio entre dos países, atraviesan la frontera. Los derechos arancelarios se implantan para proteger a los productos nacionales de la competencia exterior. Dos tipos: 1. ad valorem, específicos; 2. compuestos o mixtos. (Exterior, 2015)

2.5 IDEA A DEFENDER

2.5.1 General

¿Con el proyecto de exportación se puede ayudar a La Empresa Productos “San Salvador”, a exportar Queso Fresco desde la ciudad de Riobamba hacia el mercado de la ciudad de Queens-Estados Unidos?.

2.5.2 Específicas

- Realizar un estudio interno de la empresa Productos “San Salvador”, acerca de la capacidad de producción con la que cuenta.
- Determinar cuál es la demanda de Queso Fresco en la ciudad Queens – Estados Unidos.
- Realizar un análisis financiero para determinar la viabilidad del proyecto.
- Diseñar las estrategias de exportación de Queso Fresco hacia la ciudad Queens – Estados Unidos.

2.6 VARIABLES

2.6.1 Variable dependiente

Proyecto de exportación de La Empresa Productos “San Salvador”.

2.6.2 Variable independiente

Exportación de Queso Fresco al mercado de Queens-Estados Unidos.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación bibliográfica

Se aplicará este tipo de investigación ya que nos permitirá enriquecer nuestros conocimientos sobre el tema objeto de estudio y sustentará toda la información mediante la lectura de libros, tesis de grado, folletos, internet y otros documentos.

Investigación de Campo

Permitirá investigar o conocer cómo está el mercado en la actualidad y si es necesaria u óptima La introducción de un nuevo producto o servicio. Analizar la oferta, la demanda existente en el mercado para poder decidir la viabilidad del proyecto, para lo cual se han determinado algunas variables a ser consideradas en la investigación.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Exploratoria

Se realizan sobre fenómenos de los que se tiene poco o ningún conocimiento. Esto hace que sus objetivos sean enunciar una visión general del objeto a estudiar, en la que se señalan sus aspectos fundamentales. Generalmente, a partir de este tipo de investigación se determinan lineamientos para investigaciones futuras.

Investigación Descriptiva

Permite describir la realidad partiendo de un diagnóstico e identificar a Los posibles clientes y tipo de segmento de mercado que se desea captar.

3.3 POBLACIÓN

Unidad de estudio

La unidad de estudio que se va a analizar dentro de este proyecto es a las personas involucradas directamente con el La Empresa Productos “San Salvador” de la ciudad de Riobamba, de igual manera a todas las instituciones que intervienen en el comercio exterior del país como ministerios e entidades gubernamentales que poseen información relacionado con este producto.

Universo

El universo en esta investigación serán todas las personas de la parte administrativa, los jefes departamentales de relaciones comerciales y los representantes de los organismos gubernamentales que poseen relación con las exportaciones como MIPRO, PROECUADOR, SENA E entre otros.

Por el cual esta investigación no necesita de muestra ya que su universo es muy pequeño y se lo puede desarrollar con todos los miembros del universo ya que la población total suman 85 personas de las cuales se debe obtener información relevante para el desarrollo de esta investigación.

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1 Métodos

Método Inductivo

Para la investigación del presente proyecto partiremos de hechos o fenómenos ocurridos en el área de estudio la cual nos permitirá analizar el presente y proyectarnos al futuro para llevar a cabo el proyecto a ejecutarse.

Método Deductivo

Con la aplicación de este método, conoceremos las necesidades colectivas de requerimiento de nuestro producto Queso Fresco para el consumo humano, posteriormente definir las zonas de influencia del proyecto.

3.4.2 Técnicas

En la presente investigación se realizará:

Encuestas:

Nos permitirá conocer la opinión y criterio de las personas que laboran dentro de La Empresa Productos “San Salvador” de la ciudad de Riobamba.

Observación Directa

Mediante la observación podremos emitir un criterio propio de cómo se encuentra en la actualidad la competencia, u observar situación que ayuden al desarrollo del proyecto.

3.4.3 Instrumentos

En las encuestas se realizará un banco de preguntas, mínimo siete. Las preguntas serán: abiertas, cerradas, selección múltiple. En la entrevista se realizará preguntas directas, mínimo cinco preguntas, dirigido a los administradores de la Empresa.

3.5 RESULTADOS

Los resultados de esta presente investigación se darán por medio de los estados financieros cuales nos indicaran las virtudes o defectos que la empresa mantiene internamente y con la finalidad de poder saber si es factible realizar una exportación al mercado internacional.

Se realizara un estudio de su producción actual y cuál es la capacidad máxima que tiene Lácteos San Salvador para cubrir la demanda que posee Estados Unidos en especial Queens.

Al culminar el estudio los resultados que se esperan obtener serán dados por el VAN y el TIR cuales demostraran si existe rentabilidad y al final un punto de equilibrio donde veremos la producción para no perder nuestro capital.

3.5.1 Resultado de las encuestas

Para poder sustentar este proyecto de exportación se a encuestado a miembros existentes de la empresa y a productores de queso de la zona y tales respuestas ayudaran para la verificación de la exportación.

Tabulación de las encuestas

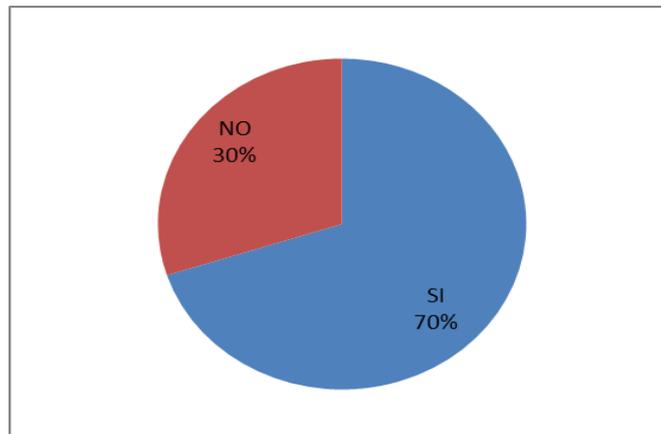
Pregunta N° 1

¿Conoce usted a la empresa Productos San Salvador?

Tabla 1: Reconocimiento de la empresa “San Salvador” en la ciudad de Riobamba.

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|------------|
| SI | 14 | 70 |
| NO | 6 | 30 |
| TOTAL | 20 | 100 |
| Fuente: Investigación | | |
| Elaborado por: Fernando Pérez | | |

Ilustración 9: Reconocimiento de la empresa “San Salvador” en la ciudad de Riobamba.



Fuente: Tabla 1
Elaborado por: Fernando Pérez

- Análisis:** El 70% de encuestados dicen conocer a la Empresa San Salvador y a la actividad productiva de la cual se dedican, mientras que el 30% restante respondió que no conoce a dicha empresa.
- Interpretación:** Esta respuesta nos da idea que las personas internamente si nos conocen y las funciones a las que nos dedicamos también, con lo que se puede dar por cumplido que la marca es reconocible en el mercado interno.

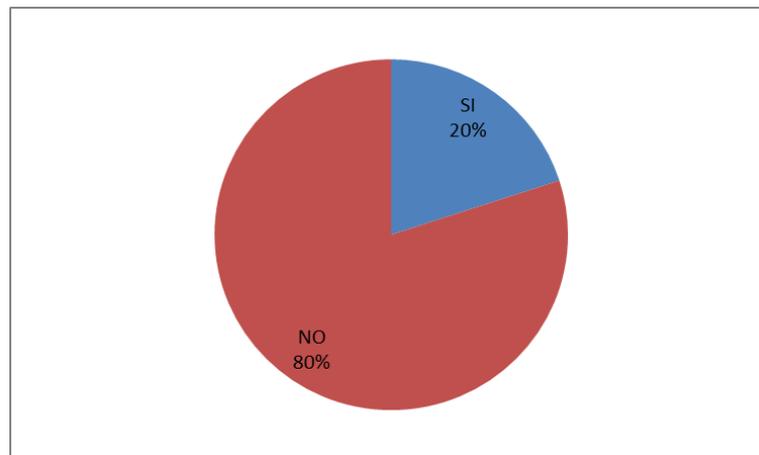
Pregunta N° 2

¿La empresa ha comenzado un ejercicio de exportación?

Tabla 2: Empezar un Proceso de Exportación.

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|------------|
| SI | 4 | 20 |
| NO | 16 | 80 |
| TOTAL | 20 | 100 |
| Fuente: Investigación | | |
| Elaborado por: Fernando Pérez | | |

Ilustración 10: Empezar un Proceso de Exportación.



Fuente: Tabla 2

Elaborado por: Fernando Pérez

a) Análisis: Los resultados que se obtuvieron nos indica que el 80% de las empresas no exportan sus productos y el 20% si han comenzado con el proceso de exportación.

b) Interpretación: Las empresas no han comenzado a exportar esto nos quiere decir que este proyecto es de suma ayuda para que la exportación es lo más factible para esta industria y por ende sería un ejemplo para las demás.

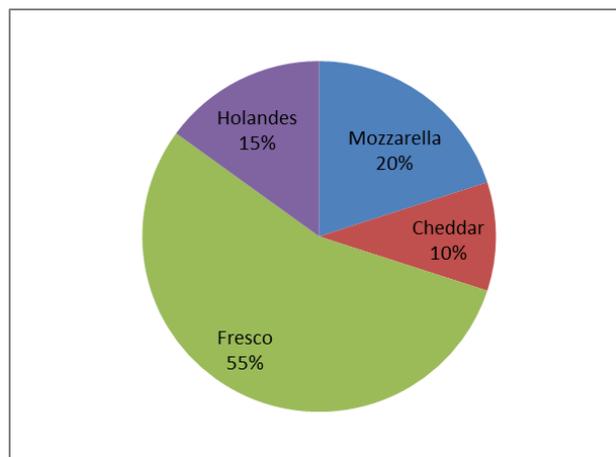
Pregunta N° 3

De la siguiente lista señale usted cual es el queso que más produce.

Tabla 3: Listado de productos más producido..

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|------------|
| Mozzarella | 4 | 20 |
| Cheddar | 2 | 10 |
| Fresco | 11 | 55 |
| Holandes | 3 | 15 |
| TOTAL | 20 | 100 |
| Fuente: Investigación | | |
| Elaborado por: Fernando Pérez | | |

Ilustración 11: Listado de productos más producido..



Fuente: Tabla 3

Elaborado por: Fernando Pérez

a) Análisis: Estos son los tipos de queso más populares que se producen en la región en la mayor escala es de queso fresco 55%, mozzarella 20%, holandés 15% y cheddar 10%.

b) Interpretación: La mayor producción que se está realizando en este mercado es el de queso fresco por lo que su exportación es factible ya que se cubre el mercado interno y con mejores características que otros tipos de quesos.

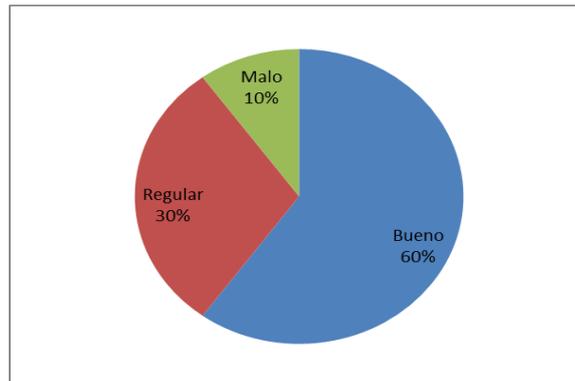
Pregunta N° 4

¿Cuál cree usted que es la calidad del queso fresco de Productos San Salvador?

Tabla 4: determinar la calidad del queso fresco

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|------------|
| Bueno | 12 | 60 |
| Regular | 6 | 30 |
| Malo | 2 | 10 |
| TOTAL | 20 | 100 |
| Fuente: Investigación | | |
| Elaborado por: Fernando Pérez | | |

Ilustración 12: determinar la calidad del queso fresco



Fuente: Tabla 4

Elaborado por: Fernando Pérez

a) Análisis: Se dieron tres opciones en las cuales se respondieron como Bueno el 12%, regular el 6% y al final malo con el 10%.

b) Interpretación: Se puede analizar como que el producto que se realiza dentro de las empresa es muy bueno y tiene características que lo hacen importante pero igual hay un porcentaje de los cuales no están satisfechos con el producto por lo que se da la pauta para poder seguir mejorando y alcanzar niveles óptimos.

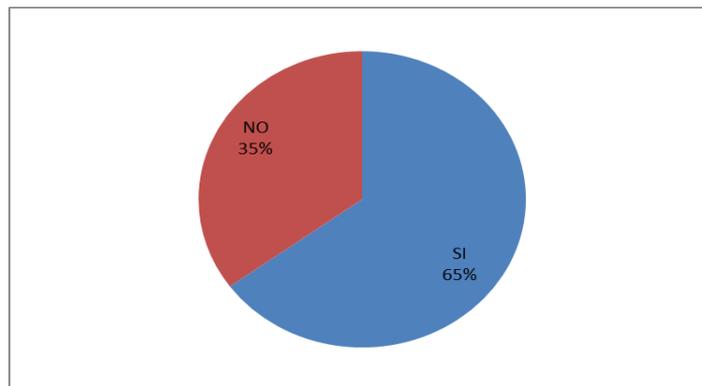
Pregunta N° 5

¿Sé cubre el mercado interno de queso fresco?

Tabla 5: Descripción del mercado interno

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|------------|
| SI | 13 | 65 |
| NO | 7 | 35 |
| TOTAL | 20 | 100 |
| Fuente: Investigación | | |
| Elaborado por: Fernando Pérez | | |

Ilustración 13: Descripción del mercado interno



Fuente: Tabla 5

Elaborado por: Fernando Pérez

a) Análisis: Las preguntas se separaron en si y no, la cual la variable si obtuvo un 65% y la del no un 35%.

b) Interpretación: Es un porcentaje aceptable lo cual puede demostrar que aun si se cubre el mercado interno del queso fresco pero el problema es que la competencia de manera artesanal ocupa un gran espacio en el mercado interno pero estos no tienen ningún registro sanitario lo cual la empresa si cumple todo esto.

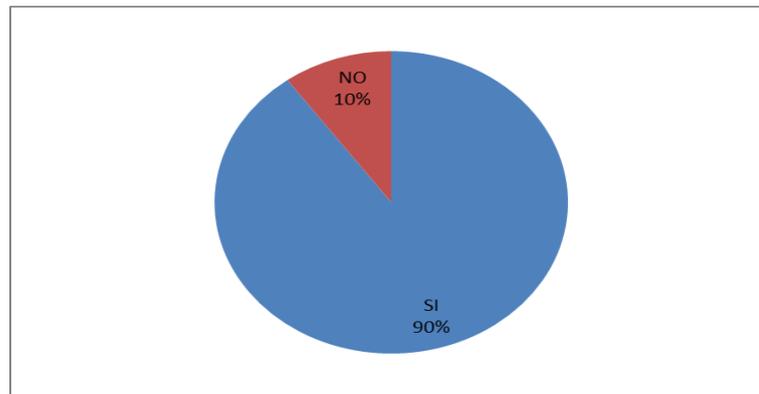
Pregunta N° 6

¿Es posible realizar una exportación de queso fresco?

Tabla 6: Factibilidad de una Exportación

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|------------|
| SI | 18 | 90 |
| NO | 2 | 10 |
| TOTAL | 20 | 100 |
| Fuente: Investigación | | |
| Elaborado por: Fernando Pérez | | |

Ilustración 14: Factibilidad de una Exportación



Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Fernando Pérez

a) Análisis: Las preguntas se plantearon para ver si los productores consideran que si es atractivo realizar una exportación en el futuro y si están en la capacidad de ser realizada, como resultados dieron que Si con 90% y un No con el 10%.

b) Interpretación: Claramente se ve que tienen las ganas de iniciar una exportación para así poder generar más utilidades a sus empresas y por ende salir adelante, y un mínimo porcentaje que aún no se quiere arriesgar por algunos miedos a estas ventas internacionales.

Pregunta N° 7

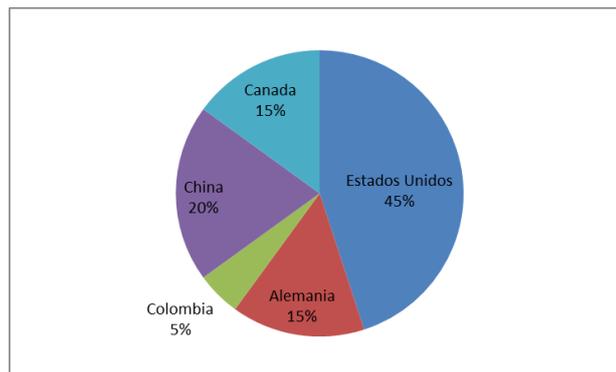
Grafico N ¿Qué país usted le ve con mayor potencial para exportar?

País de exportación

Tabla 7: Mercado objetivo

| VARIABLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------|------------|------------|
| Estados Unidos | 9 | 45 |
| Alemania | 3 | 15 |
| Colombia | 1 | 5 |
| China | 4 | 20 |
| Canada | 3 | 15 |
| TOTAL | 20 | 100 |
| Fuente: Investigación | | |
| Elaborado por: Fernando Pérez | | |

Ilustración 15: Mercado objetivo



Fuente: Tabla 7

Elaborado por: Fernando Pérez

a) Análisis: Se postularon países donde este proyecto es muy factible y para saber con cual el productor se siente más cómodo para enviar su producto por todos los motivos que se dan para ingresar al mercado en los cuales Estados Unidos es el apetecible con el 45%, China con el 20%, Alemania y Canadá con el 15% y al final Colombia con el 5%.

b) Interpretación: Estados Unidos es el escogido, por la referencia que se tiene que este se encuentra establemente en su economía y se maneja una moneda fuerte como el dólar de la cual nosotros también la adoptamos como moneda ecuatoriana.

3.6 VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER

La idea a defender es demostrar la factibilidad de la exportación de queso fresco de la empresa Productos San Salvador hacia la ciudad de Queens-Estados Unidos, aquí veremos si la empresa cubre ya el mercado interno y después se realizara un estudio FODA para conocer cómo está la empresa y los variable externos que puedan afectar a una futura exportación con los datos que sean resultantes del estudio financiero para conocer si es viable o no el proyecto de exportación.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE QUESO FRESCO DE LA EMPRESA PRODUCTOS “SAN SALVADOR” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA – ECUADOR, HACIA LA CIUDAD DE QUEENS - ESTADOS UNIDOS EN EL PERÍODO 2016.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1 Mercado Objetivo

La empresa Productos San Salvador a determino que su mercado internacional potencial para la exportación de queso fresco es hacia el país de Estados Unidos a la ciudad de Queens donde se extiende a su zona Norte, Sur y Centro.

Queens es el distrito más extenso de Nueva York y el que más rápido está evolucionando. La economía de Queens se basa en el arte, el turismo (en la zona está el Aeropuerto JFK y LaGuardia) y el cine, una industria que, aunque estaba casi desaparecida en Nueva York, está renaciendo.

El distrito de Queens es el condado étnicamente más diverso en los Estados Unidos. Con una población de 2,3 millones de habitantes, es el segundo distrito más poblado en la ciudad de Nueva York. La cifra de 2,3 millones es el máximo histórico de población nunca alcanzado en el distrito.

En Queens están situados los dos aeropuertos de la ciudad (John F. Kennedy y Aeropuerto LaGuardia). El principal parque de Queens es el Flushing Meadows-Corona Park.

Queens fue formado en 1683, como uno de los 12 condados originales del Estado de Nueva York y fue llamado así en honor de la reina consorte, la portuguesa Catalina Enriqueta de Braganza, esposa de Carlos II. Queens es a menudo considerado como uno de los más periféricos, de entre los distritos de Nueva York. Los vecindarios orientales

tienen el aspecto y semejanza de los suburbios de la parte occidental del condado de Nassau. No obstante, Queens también acoge muchos vecindarios urbanos y varios distritos de negocios.

(Queens,(s,f). En Wikipedia. Recuperado el 28 de diciembre de 2015 de <https://es.wikipedia.org/wiki/Queens>)

4.2.1.1 Indicadores socioeconómicos

Tabla 8: Indicador socioeconómico

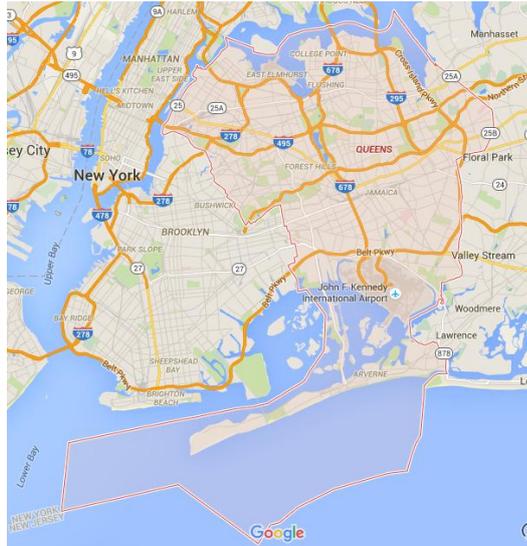
| | |
|--|---|
| Población | 318,892,103 |
| Crecimiento poblacional | 0,74% |
| Capital | Washington D.C. |
| Principales ciudades | New York, Los Angeles-Long Beach-Santa Ana, Chicago, Miami. |
| PIB | USD 16,72 billones |
| Crecimiento PIB | 1,60% |
| Composición de PIB por sector | Agricultura 1,1% Industria 19,5% Servicios 79,4% |
| Moneda oficial | Dólar estadounidense |
| Tasa de Inflación anual | 1,50% |
| Inversión bruta | 15,30% |
| Stock en dinero | USD 12.99 billones |
| Reservas de moneda internacional y oro | USD 150.2 mil millones |
| Fuente: World Factbook, 11 de diciembre 2014 | |
| Elaborado por: Fernando Pérez | |

4.2.1.2 Segmentación de mercado

Geográfico

El mercado objetivo al que este proyecto se enfoca es a la ciudad de Queens la misma que se compone en todas sus zonas.

Ilustración 16: Mapa de Queens



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Fernando Pérez

Demográfico

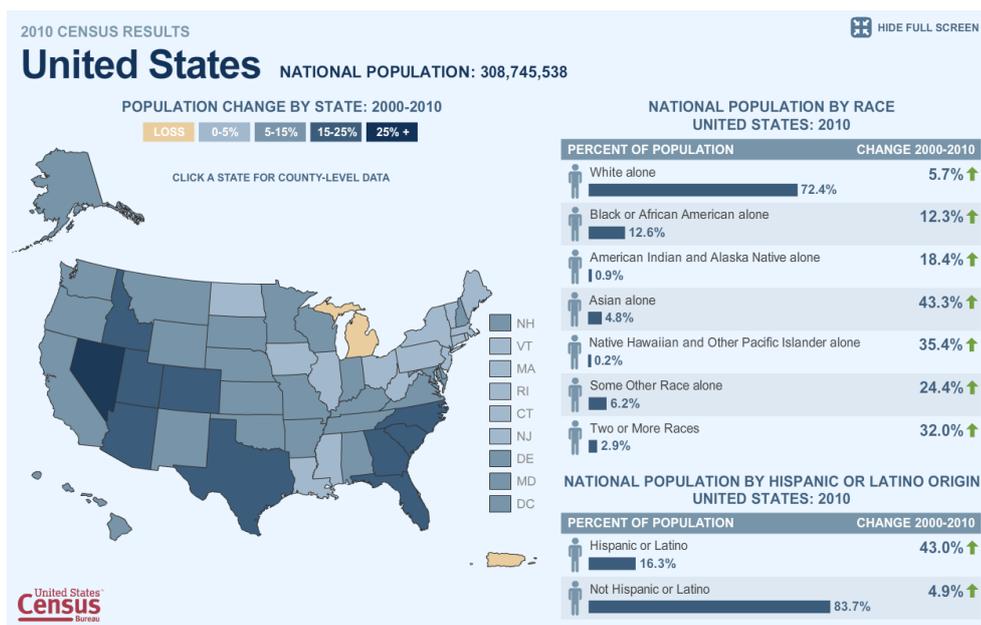
Estados Unidos es el tercer país más poblado del mundo, acabó 2015 con una población de 321.410.000 personas, lo que supone un incremento de 2.335.000 habitantes respecto a 2014,

En 2013, la población femenina fue mayoritaria, con 160.567.653 mujeres, lo que supone el 50,73% del total, frente a los 155.929.878 hombres que son el 49,27%.

Estados Unidos, que es uno de los países más grandes del mundo, tiene una densidad de población moderada de 33 habitantes por Km².

Este proyecto va enfocado en la mayoría de las personas de ambos sexos de una edad desde los 3 años hasta los 70 años que es el promedio de vida de una persona americana, y el estudio se realizara mediante estos datos para que sea más factible para el proyecto.

Ilustración 17: Población Americana



Fuente: Datos Estados Unidos

Socioeconómico

Tabla 9: Segmentación de mercado

| | |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| Pobreza | 15,10% |
| Esperanza de vida al nacer | 78 años |
| Analfabetismo | 2.1% |
| Taza de desempleo | 9,60% |
| Religión | Católicos, cristianos, judíos, etc. |
| Raza | Anglosajones principalmente |
| Motivos de compra | Consumismo |
| Nivel de instrucción | Primaria, secundaria y universitaria |
| Tipo de población | Urbana y rural |
| Fuente: Proecuador | |
| Elaborado por: Fernando Pérez | |

4.2.1.3 Principales productos importados por Estados Unidos

Ilustración 18: Productos importados por Estados Unidos

| PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ECUADOR DESDE ESTADOS UNIDOS | | | | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------|-------------------|-------------------|
| Miles USD FOB | | | | | | | | | |
| Subpartida | Descripción | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 Ene-Sep | TCPA 2009-2013 | Partic. % 2013 |
| 2304.00.00.00 | Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya) | 28,874 | 44,456 | 98,087 | 179,434 | 176,290 | 121,093 | 57.19% | 4.06% |
| 8471.30.00.00 | Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, digitales, portátiles, de peso inferior o igual a 10 kg | 90,721 | 114,207 | 136,737 | 133,890 | 152,892 | 146,280 | 13.94% | 3.52% |
| 8443.99.00.00 | Las demás partes y accesorios para máquinas y aparatos para imprimir | 58,101 | 71,212 | 75,936 | 77,631 | 78,983 | 71,544 | 7.98% | 1.82% |
| 8502.39.90.00 | Los demás grupos electrógenos | 72 | 9 | 902 | 1,904 | 70,682 | 302 | 459.64% | 1.63% |
| 8517.62.20.00 | Teléfonos con corriente portadora | 41,410 | 42,957 | 52,696 | 59,972 | 68,373 | 77,943 | 13.36% | 1.57% |
| 8431.43.90.00 | Las demás partes de máquinas de sondeo o perforación | 17,293 | 43,233 | 32,457 | 47,958 | 50,276 | 48,974 | 30.58% | 1.16% |
| 8701.20.00.90 | Los demás tractores de carretera | 24,617 | 24,516 | 35,822 | 46,670 | 49,472 | 36,613 | 19.06% | 1.14% |
| 8544.60.90.00 | Los demás conductores eléctricos para una tensión superior a 1.000 v, no contemplados en otra parte | 26,598 | 41,392 | 30,123 | 30,823 | 46,449 | 2,705 | 14.96% | 1.07% |
| 8471.50.00.00 | Unidades de proceso digitales, excepto las de las subpartidas 8471.41 u 8471.49 | 21,502 | 28,369 | 36,174 | 43,010 | 42,921 | 41,029 | 18.86% | 0.99% |
| 8517.12.00.90 | Los demás teléfonos móviles (celulares) y de otras redes inalámbricas | - | 30,638 | 66,893 | 51,988 | 42,857 | - | - | 0.99% |
| 3904.10.20.00 | Poli (cloruro de vinilo) obtenido por polimerización en suspensión | 29,729 | 45,925 | 64,838 | 49,279 | 41,740 | 55,685 | 8.85% | 0.96% |
| 3901.10.00.00 | Poliétileno de densidad inferior a 0,94 | 49,746 | 52,127 | 48,693 | 36,607 | 41,094 | 52,334 | -4.66% | 0.95% |
| 1001.99.10.00 | Los demás trigos | 15,012 | 20,356 | 21,550 | 37,525 | 43,649 | 58,113 | 30.58% | 1.01% |
| 8473.30.00.00 | Partes y accesorios de máquinas de la partida 84.71 | 38,525 | 48,661 | 53,150 | 48,881 | 40,813 | 28,550 | 1.45% | 0.94% |
| 8471.49.00.00 | Las demás máquinas automáticas presentadas en forma de sistemas | 16,950 | 24,442 | 24,087 | 27,199 | 39,705 | 29,592 | 23.71% | 0.91% |
| | Demás productos | 2,271,706 | 2,813,323 | 2,957,923 | 3,129,232 | 3,356,331 | 3,119,660 | 10.25% | 77.29% |
| | Todos los productos | 2,730,855 | 3,445,821 | 3,736,068 | 4,002,004 | 4,342,526 | 3,890,419 | 12.30% | 100.00% |

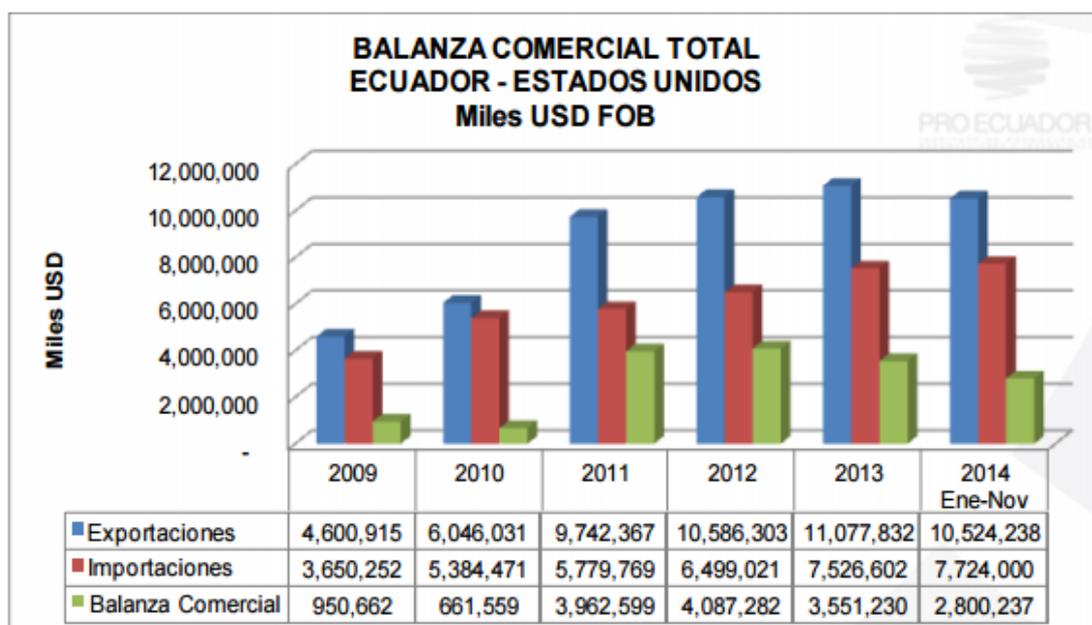
Fuente: Procuador, ficha comercial de Estados Unidos

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.1.4 Relación comercial entre Ecuador y Estados Unidos

En el período 2009 – 2013, el Banco Central del Ecuador ha registrado una balanza superavitaria para el Ecuador. En el año 2013 las exportaciones alcanzaron los USD 11,077 millones y las importaciones USD 7,526 millones, resultando una Balanza Comercial positiva de USD 3, 551 millones. El Ecuador ha exportado 1,341 subpartidas (10 dígitos) hacia Estados Unidos en el 2013, las exportaciones del año 2013 registran un incremento del 5% entre en relación con las del 2012. Las importaciones registran un incremento del 16% en el 2013 respecto al año anterior.

Ilustración 19: Balanza comercial



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Proecuador

4.2.1.5 Oportunidades comerciales

Ecuador cuenta con una gran variedad de productos los cuales cuentan con grandes ventajas para ser exportados al mercado de Estados Unidos. Actualmente Estados Unidos es el principal destino para las exportaciones no petroleras del Ecuador, destacándose el Ecuador como un proveedor de productos de alta calidad en sectores como:

- Agroindustria (purés y pulpas de frutas, salsas, mermeladas y jaleas, snacks)
- Frutas frescas (Banano, piña, mango, limón)
- Acuicultura (Tilapia, camarón)
- Rosas frescas
- Cacao y sus elaborados (Cacao en grano, pastas de cacao, chocolate)
- Café
- Textiles y artesanías.

4.2.2 Acceso al mercado

4.2.2.1 Trámites y tributos aduaneros

Se debe considerar la complejidad y los diferentes factores que influyen en el proceso de exportación o importación de un producto hacia y desde Estados Unidos. Es difícil establecer con exactitud los lapsos de tiempo para gestionar los distintos trámites aduaneros, ya que estos se determinan en función de muchas variables, tales como tipo de producto, inspecciones, certificaciones, nuevos requerimientos, etc. Es importante indicar que con la correcta asesoría y experiencia en las distintas etapas del proceso aduanero, es posible cumplir con tiempos ideales y óptimos.

Cumpliendo con todos los requerimientos formales, el producto importado puede llegar a ser liberado por la Aduana y Protección de Fronteras de los Estados Unidos (US Customs and Border Protection), USCBP por sus siglas en inglés, en un día aproximadamente. Para lograrlo, es importante que el importador cuente con un agente aduanero en el puerto de entrada, que el producto este correctamente empaquetado y sellado, que los respectivos documentos estén debidamente llenados y que el importador tenga historial y buena reputación con la aduana.

Documentación necesaria:

Factura Comercial

La factura comercial, nota de venta o recibo debe contener suficiente información como para que el oficial del USCBP pueda determinar si las mercancías son admisibles para clasificarlas en el Sistema Arancelario Armonizado de Estados Unidos (HTS por sus siglas en inglés) y determinar el arancel que debe ser cancelado.

Aunque no existe un formato específico de factura, conforme a la regulación del USCBP, como mínimo, una factura comercial debería contener lo siguiente:

1. El puerto de entrada al que se está destinando la mercancía.

2. Si la mercancía se vende o se accedió a ser vendida, hora, lugar y nombres tanto del comprador como del vendedor. Si la mercancía fue consignada indicar tiempo, origen del envío y los nombres del remitente como del receptor.
3. Descripción detallada de la mercancía, incluyendo el nombre con el que cada elemento es conocido, grado de calidad, junto con las marcas y números de los paquetes en que la mercancía fue embalada.
4. Cantidades, pesos y medidas de las mercancías.
5. Si se vende o se acuerda su venta, el precio de compra de cada artículo.
6. El tipo de moneda.
7. El país de origen
8. Si la mercancía se envía para consignación, el valor de cada elemento debe estar en la moneda en la que las transacciones se hacen generalmente o en ausencia de tal valor, el precio debe estar en la moneda del fabricante, vendedor, transportista, propietario o la persona que estaba dispuesta a recibir la mercancía.
9. Todos los cargos sobre la mercancía, deben estar organizados por nombre y monto, incluyendo fletes, seguros, comisiones, cajas, contenedores, revestimientos y costos de embalaje; y si no está incluido en lo anterior, detallar también todos los gastos y costos incurridos al traer la mercancía hasta el puerto de EE.UU.
10. Indicar de manera detallada todos los reembolsos, desventajas y generosidades permitidas para la exportación de la mercancía.
11. Todos los bienes o servicios proporcionados para la producción de la mercancía no incluidos en el precio de la factura.
12. La factura y todos los documentos deben estar en idioma inglés, o ir acompañados de una traducción precisa en este idioma.
13. Cuando más de una factura se incluye en la misma entrada, el importador debe numerar cada factura con sus anexos de manera consecutiva en la parte inferior de cada página.

Requisitos Específicos

1. Separar las facturas requeridas por cada envío.
2. Envíos ensamblados.
3. Pagos de los envíos.
4. Producción "Asistida".

Información adicional requerida.

Otras facturas

- ✓ Factura pro forma.- Si la factura comercial exigida no se presenta en el momento que la mercancía es introducida, una declaración en la forma de una factura (una factura pro forma) debe ser presentada por el importador en el momento de la entrada.
- ✓ Las facturas especiales.- Facturas especiales son requeridas para algunas mercancías. Ver 19 CFR 141.89.

Sugerencias al exportador para acelerar el proceso de despacho de aduanas

1. Incluir toda la información requerida en las facturas de aduana.
2. Preparar las facturas cuidadosamente. Escribir con claridad. Dejar suficiente espacio entre las líneas. Mantener los datos dentro de cada columna.
3. Asegurar que las facturas contengan la información que contiene la lista de empaque, el cual debe estar bien preparada.
4. Marcar y enumerar cada paquete para facilitar la identificación por las marcas correspondientes y los números que aparecen en la factura.
5. Mostrar una descripción detallada en la factura de cada artículo o mercadería contenida en cada paquete individual.

6. Marcar los productos de forma legible y visible con el país de origen a menos que estén específicamente exentos de los requisitos del país de la marca de origen, y con cualquier otra marca como es requerido por las leyes de marcado de los Estados Unidos.
7. Cumplir con las disposiciones de las leyes especiales de los Estados Unidos que pueden aplicarse a los productos, como las leyes relacionadas con productos alimenticios, medicamentos, cosméticos, bebidas alcohólicas, los materiales radiactivos, y otros.
8. Observar de cerca las instrucciones con respecto a la facturación, embalaje, marcado, etiquetado etc., enviado por el cliente en los Estados Unidos.
9. Trabajar con CBP para elaborar normas de embalaje para las mercancías.
10. Establecer procedimientos de seguridad tanto en las instalaciones como cuando las mercancías están siendo transportadas para ser enviadas. Evitar en la medida de lo posible que los contrabandistas de narcóticos alteren las mercancías.
11. Enviar las mercancías con una compañía participante en el Sistema Automatizado de Manifiesto (AMS por sus siglas en inglés).
12. De utilizar un agente de aduanas autorizado para la transacción, considerar trabajar con una empresa que participe en la Automated Broker Interface (ABI).

Bonos de Aduana

Las importaciones formales son las que superan los USD 2.500, estas requieren de una garantía en forma de bono, misma que sirve para cubrir las tasas potenciales, los aranceles y posibles sanciones que de otra manera no se podrían recaudar al momento de hacer un ingreso formal. Generalmente, el monto del bono en cuestión, es el valor de la mercadería más el valor estimado del arancel. El bono puede ser depositado en efectivo, en bonos de ahorro de Estados Unidos o en bonos del Tesoro de los E.E.U.U.

Ambiente Comercial Automatizado (ACE)

ACE es un sistema de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP), diseñado para facilitar el comercio legítimo al tiempo que mejora la seguridad fronteriza. ACE mejorará la recolección, distribución y procesamiento de la información presentada al CBP y agencias gubernamentales. A finales de 2016, el ACE se convertirá en la Ventanilla Única - el sistema primario a través del cual la comunidad comercial reportará las importaciones y exportaciones y el Gobierno determinará la admisibilidad.

Entidades reguladoras y productos que controlan

Según el rubro del producto se requerirá permisos o certificaciones especiales por parte de los entes reguladores y la aduana. Estas pueden ser el Environmental Protection Agency (Agencia de Protección Ambiental), Food and Drug Administration (FDA), el United States Department of Agriculture (USDA, Departamento de Agricultura de Estados Unidos), U.S. Department of Treasury (Departamento de Tesoro de EEUU), el Bureau de Alcohol, Tabaco y Armas de Fuego, etc.

Régimen para muestras

Las "muestras" son productos sin valor comercial generalmente valorados en USD 1 o son productos rotos, perforados o maltratados de tal forma que no sirvan para la venta o para cualquier otro uso que no sea el específico.

Sistema Arancelario Armonizado de Estados Unidos (HTSUS)

La Comisión Internacional de Comercio de los Estados Unidos (United States International Trade Commission) es la entidad responsable de la publicación del Sistema Arancelario Armonizado de Estados Unidos (HTSUS). El HTSUS contiene los aranceles y las categorías estadísticas para todas las mercancías importadas a Estados Unidos. Este documento es distribuido por la International Trade Commission of the United States.

4.2.2.2 Productos de prohibida importación

El CBP de los Estados Unidos, en nombre de unos 40 organismos federales, está encargado de hacer cumplir cientos de leyes que pueden restringir o prohibir las importaciones. Las leyes pueden prohibir la importación de un producto o permitirla en ciertas condiciones (por ejemplo, mediante la obtención de una licencia). También pueden aplicarse otras restricciones, como la limitación de la entrada a través de ciertos puertos o restricciones relativas a ciertas rutas.

La lista de productos prohibidos, los principales que interesan a este proyecto son:

Ilustración 20: Productos prohibidos a Estados Unidos

| Producto | Prohibiciones, restricciones o requisitos |
|--|--|
| Queso, leche y productos lácteos | Sujetos a requisitos de la Administración de Productos Alimenticios y Farmacéuticos y el Departamento de Agricultura |
| Frutas, hortalizas y frutos secos | Sujetos a requisitos de importación relativos al tipo, tamaño, calidad y caducidad |
| Insectos vivos que son perjudiciales para los cultivos y sus huevos, crisálidas o larvas | Su importación está prohibida, salvo por razones científicas, de conformidad con los reglamentos prescritos por el Secretario de Agricultura |
| Ganado y animales | Requisitos en materia de inspección y cuarentena del Servicio de Inspección Zoonosanitaria y Fitosanitaria (APHIS) |
| Carne, aves de corral y productos elaborados a base de huevo | Deben cumplir los reglamentos del Departamento de Agricultura y ser inspeccionados por el Servicio de Bromatología (FSIS) |
| Semillas | La importación a los Estados Unidos se rige por las disposiciones de la Ley Federal sobre Semillas de 1939 y los reglamentos del Servicio de Comercialización de Productos Agropecuarios |
| Materiales de madera para embalaje | Los reglamentos de importación exigen que los materiales de madera para embalaje estén tratados y marcados |
| Electrodomésticos | Deben cumplir las normas sobre energía e incluir etiquetados que indiquen el consumo de energía o la eficiencia energética previstos |
| Equipos comerciales e industriales | Deben cumplir las normas de rendimiento energético |
| Juguetes y artículos para niños | Deben cumplir los reglamentos aplicables establecidos en virtud de la Ley Federal sobre Sustancias Peligrosas |
| Pinturas con plomo | Están prohibidas las que tengan un contenido de plomo superior al 0,06% del peso de la película de pintura ya seca |

Fuente: Examen de políticas comerciales de Estados Unidos, Organización Mundial de Comercio
Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.2.3 Licencias de Importación

Los Estados Unidos exigen licencias de importación (que pueden ser automáticas o no automáticas) para importar determinadas categorías de productos. Los productos que están suscritos a licencias de importación son los siguientes:

- Determinadas plantas y productos de origen vegetal
- Determinados animales y productos de origen animal
- Azúcar en bruto y refinada
- Determinados productos lácteos
- Todos los productos siderúrgicos básicos
- Gas natural, incluido el gas natural licuado y el gas natural comprimido
- Peces y fauna silvestre, incluidas las especies amenazadas
- Armas de fuego y municiones
- Artículos de defensa incluidos en la lista de Municiones de los Estados Unidos
- Explosivos deflagrantes y detonadores
- Sustancias controladas y productos químicos incluidos en las listas de la DEA
- Alcoholes destilados (bebidas); vino y bebidas malteadas
- Alcoholes destilados o alcohol para usos industriales, incluidas las bebidas espirituosas desnaturalizadas
- Productos del tabaco, tabaco elaborado y propietarios de almacenes de exportación
- Instalaciones de producción y utilización, materiales nucleares especiales, materiales originarios y materiales derivados, incluidos los desechos radiactivos si contienen esos materiales.

4.2.2.4 Aranceles

La siguiente tabla muestra los aranceles que Estados Unidos aplica a los principales productos importados desde Ecuador:

Ilustración 21: Aranceles de Estados Unidos

| ARANCEL COBRADO POR ESTADOS UNIDOS A LOS PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR | | |
|---|---|---------|
| Subpartida | Descripción | Arancel |
| 0306.17 | Los demás camarones, langostinos y demás decápodos natantia | 0% |
| 0803.90 | Bananas frescas o secas | 0% |
| 7108.12 | Las demás formas de oro en bruto | 0% |
| 0306.16 | Camarones, langostinos y demás decápodos de agua fría | 0% |
| 0603.11 | Rosas frescas | 0% |
| 1801.00 | Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado | 0% |
| 1604.14 | Atunes, listados y bonitos (sarda spp.) | 7.64% |
| 0603.19 | Los demás flores y capullos | 0% |
| 0803.10 | Plátanos "plantains" | 0% |
| 7108.13 | Las demás formas semilabradas de oro | 0% |

Fuente: International Trade Center

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.2.5 Requisitos fitosanitarios/Sanitarios

Administración de Productos Alimenticios y Farmacéuticos (FDA)

La Administración de Productos Alimenticios y Farmacéuticos (FDA) se ocupa, entre otras cosas, de la reglamentación de los alimentos (excepto la carne, las aves de corral y los productos elaborados a base de huevo, de cuya reglamentación se encarga el USDA), los aditivos de los alimentos, los medicamentos para uso humano y veterinario, los cosméticos y los suplementos dietéticos.

El 4 de enero de 2011 entró en vigor la Ley de modernización de las normas de la FDA sobre la inocuidad de los alimentos (FSMA) (Ley Pública 111-353), que supuso una reforma importante de la legislación sobre la inocuidad de los alimentos y los piensos para animales, que son de la competencia de la FDA. Entre las reformas relacionadas con las importaciones cabe citar la verificación de los proveedores extranjeros (los importadores están obligados a asegurar que sus proveedores extranjeros aplican controles preventivos adecuados); un programa facultativo de autorización de importadores para el examen acelerado y la importación de alimentos; un programa de acreditación por auditores independientes (terceros); la facultad de exigir una certificación para los productos alimenticios importados en caso de que exista un riesgo conocido relacionado con su inocuidad, y la posibilidad de denegar la entrada de un

producto en los Estados Unidos si no se permite que la FDA acceda a las instalaciones extranjeras para inspeccionarlas.

La legislación estadounidense exige que los importadores remitan un aviso de los envíos de determinados productos alimenticios.

Servicio de Bromatología (FSIS)

El Servicio de Bromatología (FSIS) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos se encarga, entre otras cosas, de garantizar la inocuidad y el etiquetado preciso de la carne, las aves de corral y los productos elaborados a base de huevo, incluidas las importaciones de estos productos. El FSIS se ocupa asimismo del reconocimiento de los sistemas de reglamentación extranjeros que ofrecen para estos productos un nivel de protección equivalente al de los Estados Unidos.

Servicio de Inspección Zoonosaria y Fitosanitaria (APHIS)

El Servicio de Inspección Zoonosaria y Fitosanitaria (APHIS) del Departamento de Agricultura se ocupa de elaborar los reglamentos destinados a evitar la introducción de enfermedades y plagas de las plantas y los animales. A estos efectos, el APHIS regula las importaciones de plantas vivas; cereales, oleaginosas y productos hortofrutícolas; animales vivos (incluso embriones, semen y óvulos); productos de origen animal y animales utilizados en investigaciones o exposiciones.

Agencia de Protección del Medio Ambiente (EPA)

La Agencia de Protección del Medio Ambiente (EPA) se encarga, entre otras cosas, de llevar un registro de plaguicidas (incluidos los herbicidas y fungicidas) para su utilización en los Estados Unidos y de fijar límites máximos de residuos de plaguicidas en los alimentos, conocidos en los Estados Unidos como "niveles de tolerancia". Desde 2012, la EPA ha establecido 897 niveles de tolerancia para los plaguicidas presentes en los alimentos, de los cuales 827 son, según las autoridades, niveles de tolerancia nuevos que facilitan el comercio, y el resto son niveles revisados.

4.2.2.6 Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Se realiza el empaqueo antes de la comercialización de acuerdo a los requisitos establecidos por el INEN.

El queso común que se producirá, será presentado en fundas de polietileno en medida estándar rotuladas que llevarán las siguientes características de la norma INEN 1334.

- Denominación del producto y tipo: Queso fresco artesanal
- Marca comercial
- Identificación del lote
- Contenido neto por unidad
- Número de registro sanitario
- Tiempo máximo de consumo
- Lista de ingredientes
- Precio de venta al público
- Lugar de origen
- Forma de conservación
- Norma INEN 1528.

4.2.2.7 Reglamentos y normas técnicas

Hasta junio de 2014, el Instituto Nacional de Normas y Tecnología del Departamento de Comercio había identificado 10,590 citas de normas incorporadas por referencia en documentos reglamentarios. Estas normas incluyen normas consensuales voluntarias, normas públicas específicas, normas del sector privado y normas internacionales a las que hace referencia el Código de Reglamentaciones Federales (CFR).

El Instituto Nacional de Normalización de los Estados Unidos (ANSI), una entidad no gubernamental que actúa como órgano nacional de normalización, coordina las

actividades de normalización y evaluación de la conformidad del sector privado y acredita a las organizaciones cuyos procedimientos de elaboración de normas cumplen las prescripciones del ANSI sobre las debidas garantías y el consenso.

Dependiendo del sector, los Estados Unidos utilizan una amplia gama de mecanismos para evaluar la conformidad (declaración de conformidad del proveedor, prueba o certificación por terceros, etc.). Todos los niveles de gobierno y el sector privado cuentan con programas de acreditación, y con frecuencia se utilizan organismos de evaluación de la conformidad del sector privado. Los organismos que satisfacen los criterios especificados por la autoridad de reglamentación, nacional o extranjera, obtienen su acreditación o su reconocimiento de algún otro modo para realizar actividades de evaluación de la conformidad.

4.2.2.8 Certificados

En el mundo Globalizado, la clave del éxito se encuentra en la diferenciación y competitividad. Las certificaciones internacionales son voluntarias, pero hoy en día cada vez más utilizadas por las empresas con la finalidad de mejorar la productividad, conquistar nuevos mercados y generar confianza en los clientes.

Las certificaciones internacionales son una alternativa cada día más utilizada por las empresas, para mejorar la productividad, conquistar mercados y generar confianza entre los clientes.

De acuerdo a opiniones de varios actores del comercio internacional se puede afirmar que aunque el cumplimiento de normas internacionales no es de carácter obligatorio, se ha convertido casi que en un requisito indispensable para ingresar a ciertos mercados.

Obtener una certificación se divide en 3 pasos básicos:

- La implementación: consiste en plasmar las normas técnicas de la certificación dentro de los procesos de la empresa

- La inspección: consiste en la revisión de un técnico enviado por la empresa certificadora que verifica que todas las normas que incluyen en la certificación estén dentro de la empresa.
- La certificación: una vez el técnico emite el informe definitivo con las correcciones implementadas, se envía a la matriz la solicitud de certificado para que posteriormente sea otorgado a la empresa.

Las certificaciones clasifican según la naturaleza del producto o en los procesos de producción en: Sistemas de Gestión de Calidad

- Sistemas de Gestión Ambiental
- Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional
- Sistemas de Gestión Energética
- Control de riesgos
- Comercio Justo
- Producción Orgánica
- Sistemas de Gestión de la Seguridad de la Información
- Responsabilidad Social
- Gestión de la Continuidad de Negocios
- Verificación de Gases de Efecto Invernadero
- Huella de Carbono
- Gestión de Reclamos
- Sistemas Integrados de Gestión
- Inocuidad alimentaria
- Otros estándares

Organismo de Acreditación Ecuatoriano

El Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE), es el órgano oficial en materia de acreditación. Es una entidad técnica de derecho público, con personería jurídica, autonomía administrativa, económica, financiera y operativa, sin fines de lucro, con sede

en Quito y competencia a nivel nacional. Se rige conforme a los lineamientos y prácticas internacionales reconocidas.

La OAE acredita, en concordancia con los organismos internacionales, la competencia técnica de las organizaciones solicitantes den materia de evaluación de la conformidad. Además, coordina la suscripción de acuerdos de reconocimiento mutuo, supervisa las entidades acreditadas y determina las condiciones técnicas bajo las cuales pueden ofrecer sus servicios a terceros. De igual manera, promueve la acreditación de evaluación de la conformidad en todos los ámbitos científicos y tecnológicos. Además, difunde las ventajas y utilidades de la acreditación a nivel nacional.

HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points)



El sistema HACCP es un método reconocido y aceptado internacionalmente que ayuda a las organizaciones a identificar, evaluar y controlar sistemáticamente todos los peligros que pueden afectar a la seguridad e higiene de los alimentos. Establece e implanta mecanismos para control que no se sobrepasen los límites críticos asociados a cada uno de los puntos de control establecidos a lo largo de todo el proceso de producción de los alimentos.

USDA- Organic Certification



Cualquier empresario que quiera vender productos orgánicos en el mercado estadounidense, necesita un certificado NOP (National Organic Program) el cual certifica que sigue con las normas internacionales para productos orgánicos, emitido por la USDA (United State Department of Agriculture).

ISO (International Organization of Standardization)

9001



Esta certificación provee las exigencias con las que un sistema de calidad tiene que cumplir, pero no dicta cómo se las debe alcanzar. Esto deja una gran posibilidad y flexibilidad para poner en práctica el sistema de calidad dentro de distintos sectores perteneciendo a diferentes culturas comerciales y nacionales. La norma se basa en una serie de principios de gestión de calidad, incluyendo un fuerte enfoque en el cliente, la motivación y la implicación de la alta dirección, el enfoque basado en procesos y la mejora continua. Con ISO 9001:2008 ayuda a asegurar que los clientes obtengan

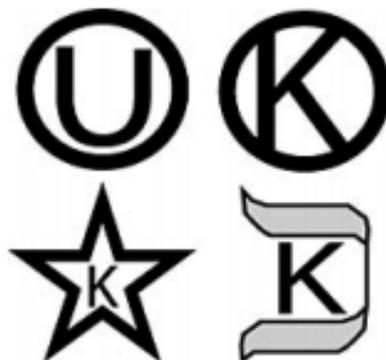
productos, consistentes buena calidad y servicios, que a su vez trae muchos beneficios para el negocio.

14001



Esta certificación proporciona exigencias para un sistema de gestión ambiental. La filosofía de esta certificación es que sin importar cuál sea el sector de actividad de una organización, las exigencias para un eficiente sistema de gestión ambiental. No especifica niveles de acciones medioambientales en vista de que para cada sector de actividad se necesitaría sistemas de manejos propios.

KOSHER



"Kosher" es la palabra hebrea referida a las leyes dietéticas religiosas judías que determinan los alimentos que se pueden comer o no y cómo estos alimentos deben ser preparados e ingeridos para considerarse aptos para el consumo.

El certificado Kosher certifica que los alimentos puedan ser consumidos por un mercado con un gran crecimiento que incluyen además de personas de religión judía personas de distintas religiones (Musulmanes, Budistas etc.) a nivel mundial.

El símbolo Kosher en una etiqueta representa más que un producto que se conforma con los estándares religiosos. Es considerado como una marca de calidad y además como una garantía, equivalente al Good Housekeeping Seal of Approval. En realidad, según una encuesta de Integrated Marketing Communications en el año 2001, los consumidores que confían en que kosher es superior, abarcan el 25% del mercado. Aún los consumidores que no se preocupan por las reglas dietéticas mencionadas anteriormente, buscan un símbolo kosher como reaseguro adicional al comprar los alimentos.

4.2.3 Logística de exportación

Entre las actividades que se realizará una vez que se tenga preparado el producto, están:

- ❖ Distinguir el incoterm más adecuado en beneficio propio.
- ❖ Distinguir el medio de transporte más provechoso para el producto en bien de la empresa.
- ❖ Procesos de embalaje, empaque y etiquetado del producto.
- ❖ Preparación de documentos
- ❖ Estar en conocimiento de los certificados más requeridos que exige el mercado europeo para garantizar la calidad en el producto.
- ❖ Adoptar la forma de pago más adecuado.
- ❖ Contratar el transporte interno en caso de ser necesario.
- ❖ Contratar un seguro de mercancía como prevención de daños o robos.
- ❖ Estar dispuestos a un control aduanero
- ❖ Fases de ingreso al puerto y manejo de terminal a través de un agente aduanero.

Estas y otras son las actividades de las que un exportador debe estar al tanto al momento de realizar una exportación hacia un mercado extranjero.

4.2.3.1 Exigencias de la SENA E

a) Registro único de contribuyentes (RUC)

“El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos”. (SRI, 2015)

b) Certificado digital

San Salvador deberá obtener el certificado digital para la firma electrónica y autenticación para lo cual deberá cumplir con los siguientes pasos:

Paso 1:

“Enviar los siguientes documentos al correo electrónico:

ventasuo@securitydata.net.ec (Formato PDF y a color, cada documento en un archivo por separado)

Representante legal o miembro de una empresa:

- Original de la cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la papeleta de votación actualizada.
- Original o copia notariada del RUC de la empresa.
- Original o copia notariada del RUP en caso de tenerlo.
- Original o copia notariada del nombramiento del representante legal, adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original o copia notariada del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones o Constitución de la Empresa solicitante.
- Original de la carta de autorización firmada por el representante legal, donde conste el número de cédula, nombre y cargo de todos los solicitantes de la empresa.

- Formulario de solicitud completo:

<https://www.securitydata.net.ec/descargas> (Punto 4.3 Formulario de Solicitud de Certificados)

Persona natural

- Original de la cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la papeleta de votación actualizada.
- Original de la planilla de un servicio básico (luz, agua, teléfono) de cualquiera de los últimos tres meses, a nombre de la persona que solicita el certificado y que certifique la dirección que conste en el RUC.
- Original o copia notariada del RUC.
- Original o copia notariada del RUP en caso de disponerlo.
- Formulario de solicitud completo:

<https://www.securitydata.net.ec/descargas> (Punto 4.3 Formulario de Solicitud de Certificados)

Paso 2:

SECURITY DATA procederá a revisar los documentos enviados anteriormente y en el lapso de 48 horas enviará un correo electrónico al solicitante, informando el estado del trámite y los pasos a seguir para proceder con el pago de \$89.70 + IVA (\$50.70 Emisión del Certificado + \$39 Dispositivo portable o Token).

Paso 3:

Una vez aprobada la solicitud y luego de haber realizado el pago, el solicitante debe asistir a la cita designada por su asesor (trámite de carácter personal), con toda la documentación original o copias notariadas, para la entrega del Token y la clave.” (PROECUADOR, 2013)

4.2.3.2 Clasificación arancelaria

El queso fresco para su exportación se encuentra en la siguiente partida arancelaria sugerida como queso fresco:

Tabla 10: Clasificación arancelaria

| | |
|----------------------------------|--|
| Sección I: | ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL |
| Capítulo 4: | Leche y productos lácteos; huevos de ave, miel natural, productos comestibles, de origen animal, no expresados, ni comprendidos en otra parte. |
| Partida Sist. Amortizado 0406: | Quesos y requesón |
| SubParida Sist. Armoniz. 040690: | Quesos fresco |

Fuente: SENA E

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.3.3 Incoterm

El incoterm que la empresa San Salvador va visto como el más factible para poder comenzar con una exportación es el incoterm FOB, cual es uno de los más usados por el comercio internacional ya que su facilidad se lo hace más probable para cometer menos errores al momento de su transportación, la cual las obligaciones del vendedor que es nuestro caso es hasta dejar la mercancía en el muelle para que esta sea transportada al buque que llevara el producto a su destino, nuestra responsabilidad es contratar el transporte terrestre hacia la ciudad de Guayaquil y con su respectivo seguro y de ahí pagar tramites de la aduana y poder entregar todos los documentos para que se legalice su salida del país.

Como se va a comenzar un proceso de exportación y los conocimientos totales de estos aun no están muy pulidos, se ha visto la factibilidad de este incoterm ya que nuestra responsabilidad no es tanta ya que no recurrimos en tantos tramites y tampoco en seguros y daños que se puedan mostrar en cualquier caso.

4.2.3.4 Forma de pago

Para este proyecto se vio la facilidad de la carta de crédito porque es la más acertada al momento de hacer un negocio y la seguridad al momento del cobro de la mercancía le

hace que sea lo más factible para el negocio, a continuación se detalla todo acerca de esta carta de crédito:

Cartas de Crédito

- Es el COMPROMISO que asume un BANCO (Emisor - BCE), por cuenta de su cliente importador (Ordenante - entidad pública), de pagar al vendedor (Exportador) una determinada cantidad contra la entrega de cierta documentación previamente convenida.
- Su operatividad se rige a lo dispuesto en las REGLAS Y USOS UNIFORMES RELATIVOS A LOS CREDITOS DOCUMENTARIOS REVISION 2007 (PUBLICACION 600) de Cámara de Comercio Internacional, cuya aplicación es obligatoria para las partes intervinientes.

- ✓ Partes que intervienen
- ✓ Esquema de las cartas de crédito
- ✓ Tipos de cartas de crédito
- ✓ Requisitos para la emisión de C.C.
- ✓ Documentos necesarios para la negociación de la carta de crédito

Partes que intervienen

Ordenante o importador o comprador

Beneficiario o exportador o vendedor

Banco emisor (Banco Central del Ecuador)

Banco confirmador, notificador o negociador

Ordenante o importador o comprador: Es quien solicita la apertura de la carta de crédito y se obliga a pagar por el suministro de mercaderías o servicios, bajo ciertas condiciones que deben ser cumplidas por el vendedor.

Beneficiario o exportador o vendedor: Es quien suministra mercaderías o servicios solicitados por un comprador previamente convenida/o, puede exigir el pago de la carta de crédito siempre y cuando cumpla con las condiciones establecidas.

Banco Emisor (BCE): Es el banco del ordenante, que emite la carta de crédito a favor de un vendedor a petición del comprador, con las condiciones que éste establezca.

Banco Notificador, Confirmador, Negociador: Es el que avisa y confirma al beneficiario la emisión de una carta de crédito a su favor y añade su compromiso de pago, para honrar una presentación conforme de los documentos.

Tipos de cartas de crédito

- Por el origen: importación o exportación
- Cartas de crédito básicas: revocable, irrevocable, irrevocable-no confirmada e irrevocable-confirmada.
- Cartas de crédito especiales: transferible y standby
- CC de importación/exportación: Amparan o respaldan una transacción comercial de un país a otro.
- CC revocable: Puede ser revocada o anulada por el ordenante en cualquier momento y sin más trámite (salvo que haya sido negociada o pagada por el Banco notificador). No es recomendable, porque carece de seguridad, en especial para el vendedor. Los Bancos notificadores se limitan a avisar al beneficiario sin agregar su confirmación.
- CC irrevocable: No puede ser revocada o anulada por el ordenante, sin el consentimiento de todas las partes involucradas (Bancos, Beneficiario, Ordenante, etc.)
- CC irrevocable no confirmada: Sólo se cuenta con el compromiso de pago asumido por el Banco Emisor. En este caso el Banco negociador únicamente actúa como tal, aparte de notificarla, sin asumir ninguna responsabilidad por el pago.

- CC irrevocable - confirmada: Además de la obligación asumida por el Banco emisor, el Banco notificador también contrae mediante la confirmación el compromiso de pagar. Por sus características y seguridad que brinda a las partes, es el instrumento que se debería exigir en una operación de comercio exterior.
- CC transferible: Tiene las siguientes características:
 - El beneficiario puede transferir sus derechos total o parcialmente a otro, siempre y cuando esta condición esté expresada en el instrumento como transferible.
 - Puede ser transferido por una sola vez.
 - Pueden ser transferidas fracciones del crédito siempre y cuando se permitan embarques parciales.
 - Es transferido con las condiciones específicas del crédito original a excepción de: valor del crédito, precio unitario, período de validez, fecha de presentación de documentos y plazos de embarque que pueden ser reducidos.
 - CC Standby: Su uso es más diverso que las cartas de crédito comerciales. Sirven de garantía para cumplimiento de obligaciones contractuales, el beneficiario puede cobrar CC cuando el ordenante falla o incumple sus obligaciones. El Ecuador se adhirió a la Convención de las Naciones Unidas sobre Garantías Independientes y Cartas de Crédito Contingentes, el 13 de junio de 1997, lo que le permite recibir cartas de crédito standby (Garantía), que son utilizadas en las exportaciones de crudo y derivados del país. Se utilizan por ejemplo para garantizar:
 1. Cumplimientos de contratos de obra
 2. Pagos de planillas por servicios profesionales
 3. Reembolsos de créditos
 4. Fiel cumplimiento de licitaciones de cualquier tipo
 5. Exportación de crudo y derivados

Requisitos para la emisión de la carta de crédito

- Autorización emitida por el Instituto Nacional de Compras Públicas (INCOP)

- Nota de pedido o factura proforma o copia del contrato
- Póliza de seguro de transporte de la mercadería
- Formulario de “Solicitud Apertura de Carta de Crédito” debidamente diligenciado.
- Oficio de la entidad solicitante con las firmas autorizadas para movilizar fondos.
- Depósito del contravalor de la carta de crédito

Documentos requeridos para el pago de la carta de crédito

- De Transporte: Conocimiento de Embarque, Guía Aérea, Carta de Porte de Transporte Terrestre o Guía de Ferrocarril
- Factura Comercial
- Certificado de Origen
- Póliza de Seguro de Transporte de la Mercadería
- Lista de Empaque
- Nota detallada de Gastos
- Certificados de: Inspección, Análisis, Peso, de Cálculos Matemáticos, etc.
- Documento de transporte: Es emitido por un transportista debidamente o legalmente establecido, da la propiedad sobre la mercadería y testimonia su embarque. Debe contener: fecha de emisión, fecha de embarque, valor del flete (debidamente firmado y certificado), descripción de la mercadería, peso, número de bultos, lugar de embarque y lugar de desembarque.
- Factura comercial: Se emite a nombre del comprador mencionado en la CC, y en la moneda estipulada en la CC.
- Debe contener lo siguiente: Descripción de la mercadería, precio unitario y total, nombre y dirección del vendedor.
- Debe estar firmada y certificada por el vendedor.
- Certificado de Origen: Es el documento que certifica el origen de los bienes, es emitido por un organismo calificado en el país de fabricación. En otros casos son emitidos por la Cámaras de Comercio o por el propio vendedor.

- Póliza de seguro de transporte: Es el documento que garantiza al ordenante la reposición del costo de la mercadería en el caso de siniestro y de acuerdo al artículo 74 de la Ley General de Seguros, la contratación de seguros, se sujetará a concurso de ofertas entre empresas de seguros constituidas y establecidas legalmente en el país.
- Lista de Empaque: Es el documento que describe como está embalada la mercadería, las dimensiones y el peso.
- Nota detallada de gastos: Describe a nivel desagregado los costos de la mercadería y gastos incurridos por flete interno y externo, manejo de la mercadería y gastos de embalaje.
- Otros documentos exigibles: Son todos aquellos documentos que podría exigir el comprador, a fin de asegurarse que los bienes y/o servicios adquiridos estén en buen estado o cumplan con sus condiciones, como son:
 - Certificado de Calidad
 - Actas de Inspección de Embarque
 - Certificado de Análisis Químicos
 - Certificado de Pruebas
 - Acta de recepción de la mercadería
 - Acta de Entrega -Recepción de la Mercadería, etc.

(Banco Central del Ecuador, Servicios bancarios, recuperado el 29 de diciembre de 2015 por http://www.bce.fin.ec/documents/pdf/servicios_bancarios/tallerCCREDITO.pdf)

4.2.3 Marketing

4.2.3.1 Empaque, embalaje, logo y etiquetado

Toda esta parte del proyecto de exportación es fundamental para la entrada de este producto ya que es la base por donde la imagen de nuestros productos puedan llegar al mercado y mejor a nuestros clientes, quienes son los que tomarán la decisión de consumir el producto.

Empaque

Imagen

Ilustración 22: Empaque San Salvador



Elaborado por: San Salvador

Año: 2016

Etiquetado

Imagen

Ilustración 23: Etiquetado San Salvador

| INFORMACION NUTRICIONAL | |
|--|-----|
| Tamaño de porción: 1 pieza (30g) | |
| Número de porciones: aprox 23 | |
| Cantidad por porción | |
| Energía (Calorías): 377 kJ (90cal) | |
| Energía de la grasa (Calorías de la grasa): 251 kJ (60cal) | |
| % del Valor diario* | |
| Grasa total 7g | 11% |
| Grasa saturada 4g | 20% |
| Grasa Trans 0g | |
| Grasa monoinsaturada 2,5g | |
| Grasa poliinsaturada 0g | |
| Colesterol 15mg | 5% |
| Sodio 150 mg | 6% |
| Carbohidratos totales 1 g | 0% |
| Fibra 0g | 0% |
| Proteína 5g | 10% |

Los porcentajes de los valores diarios están basados en una dieta de 8380kJ (2000 calorías)

TIEMPO MÁXIMO DE CONSUMO 10 DÍAS EN REFRIGERACIÓN.

Elaborado por: San Salvador

Año: 2016

Para este producto de etiquetado se debe tomar en cuenta que el queso fresco se empacará en fundas al vacío, para que no se pueda dañar ni que el producto salga o se rompa.

Para poder ingresar al mercado Americano, se piden algunas cláusulas necesarias para lo que es el consumo de alimentos:

- Nombre bajo el cual se vende el producto alimenticio.
- Lista de ingredientes, por orden descendente de peso (existen algunas derogaciones).
- Cantidad de ciertos ingredientes o categorías de ingredientes.
- Cantidad neta de pre-envase de los productos alimenticios, expresada en unidades métricas (litro, centilitro, mililitro, kilogramo o gramo).
- Fecha máxima de duración bajo un formato específico.
- Condiciones de almacenaje o de uso.
- Nombre y dirección del fabricante, envasador o vendedor establecido dentro de la Estados Unidos.
- Datos particulares referentes al lugar de origen o procedencia, ya que la ausencia de tal información podría engañar al consumidor.
- Instrucciones de uso.
- Un código para identificar el lote al que pertenece el producto alimenticio.
- Tratamientos a los que ha sido sometido el producto, con indicaciones específicas sobre irradiación y comidas congeladas.

Logotipo

Ilustración 24: Logotipo San Salvador



Elaborado por: Fernando Pérez

Fuente: San Salvador

El logotipo que se presenta es el actual con lo que la empresa ya tiene, ya que la marca ya es reconocida internamente y este es el mismo resultado que se espera obtener en el mercado internacional, donde se ve un ave y los colores azul y dorado son los que llaman la atención.

4.2.3.1.4 Embalaje

Ilustración 25: Tipo de embalaje



Elaborado por: Fernando Pérez
Fuente: Empresa Inducartón Quito-Ecuador

Productos San Salvador son lácteos con los que cuentan una gran variedad de productos como el queso fresco y el queso mozzarella, estos productos están empacados en fundas al vacío de un peso para soportar de 700 gramos, que no tienen contacto con el oxígeno cual él es mayor generador de bacterias cuales son la causantes de que el queso se dañe y en su caso se llegue a podrir con bacterias o mojo.

Las cajas en las que se va a enviar son selladas donde entran 12 unidades de queso fresco con un peso neto de 8,8 kilogramos y una medida de 39 x 63 x 16 cm.

Dentro de la caja existirá un separador para que los quesos no tengan que exponerse a ser aplastados o que el producto no llegue al 100% de su venta.

Ilustración 26: Separador de queso



Fuente: Solo stock
Elaborado por: Fernando Pérez

En el cartón de 10 Kg. se deberá detallar el nombre de la empresa exportadora y los datos del producto, con un registro fitosanitario, muy necesario, el cual se lo solicita al FDA que se lo puede obtener llenando formularios para productos procesados, además de algunos datos como el país originario y un logotipo con diseño llamativo.

4.2.4.2 Promoción y publicidad

La promoción de nuestro producto se basa en muchas formas de poder llegar a nuestro clientes y también a los futuros clientes a los quienes se les tiene que influenciar para poder llegar a sus mesas.

La publicidad con la que se cuenta se basa en normas actuales para poder llegar a nuevos mercados y las formas que la tecnología nos requiere para poder llegar a estos nichos y también se cuentan si es o no rentable poder introducir este gasto a las del producto final, los cuales son:

- Exhibición en puntos de venta
- Ferias
- Muestras gratis
- Verbal
- Página de internet (www.lacteossansalvador.com)
- Redes sociales

- Revistas de interés
- Ayuda de PROECUADOR

4.2.4.3 Contratación del seguro

Este seguro sirve para resarcir al asegurado por las pérdidas o daños que sufran sus bienes durante el traslado no importando el medio de transporte utilizado.

Cubre los riesgos por pérdida total o parcial y por daños que sufran las mercancías por incendio, explosión, hundimiento, colisión, caída de aviones, volcaduras o descarrilamiento.

Si el cliente lo solicita, el seguro puede ampliarse y cubrir otros riesgos como robo (total o parcial), manchas, roturas, derrames, oxidación o mojadura.

Para el caso de riesgos especiales, la empresa aseguradora hace un análisis previo y determina su aplicación. Ejemplos de riesgos especiales: huelgas o alborotos populares, guerra, robo con violencia, cambio de ruta, desviación, etc.

La cobertura del seguro no incluye: violación a cualquier ley o reglamento, demora, pérdida de mercado, dolo o culpa grave del asegurado, robo en el que intervenga un enviado, empleado o dependiente del asegurado, derrames por envase o embalaje deficiente.

Si un seguro es contratado por viaje completo corre desde el momento en que los bienes quedan a cargo del porteador para el transporte hasta la descarga de los bienes en el destino final. En cambio si el seguro es intermedio o parcial sólo incluirá el recorrido desde el puerto/aduana de entrada al país hasta el destino final. Un seguro puede ser contratado para un viaje en específico, o adquirirlos por una póliza anual.

La suma máxima de responsabilidad corresponde al total del valor de la factura, más fletes, derechos, impuestos y todos los gastos derivados de la transacción comercial internacional.

En caso de siniestro, la reclamación por escrito al seguro debe ser dentro del plazo fijado en la póliza (generalmente 60 días posteriores al aviso de pérdida), anexando lo siguiente:

- Copia certificada de la protesta del capitán del buque (en caso de transporte marítimo)
- Certificado de daños
- Factura comercial o documentos que comprueben los gastos que se ocasionaron por concepto de transporte, maniobras, etc.
- Copia del conocimiento del embarque
- Copia de la reclamación de los porteadores

4.2.4.4 Contenedor

Para nuestro producto es necesario tener un contenedor refrigerante ya que el producto se puede dañar por el tiempo que se demora en llegar a su puerto de destino.

Ilustración 27: Contenedor refrigerante



Elaborado por: Fernando Pérez
Fuente: Alquileres de contenedores Guayaquil

Reefer: Contenedores refrigerados, ya sea de 40 o 20 pies, pero que cuentan con un sistema de conservación de frío o calor y termostato. Deben ir conectados en el buque y en la terminal, incluso en el camión si fuese posible o en un generador externo, funcionan bajo corriente trifásica. Algunas de las marcas que se dedican a fabricarlos: Carrier, Mitsubishi, Thermo King, Daikin.

Para el cálculo de cuantas cajas nos entran en el contenedor de 20 pies cuales sus medidas son 542 x 227 x 226 cm y su peso máximo es de 20800 kg, dado que el queso no tiene un peso muy alto y ya que cada cartón su peso neto es de 8,8 kg, no lo vamos a tener en cuenta para esta medida sino por su volumen. Cada caja su medida es de 63 x 39 x 16 cm esto haciendo un cálculo comparado con el volumen del contenedor nos entran 8 cajas a lo largo, 5 cajas a lo ancho y 14 cajas a lo alto, lo que en general nos dan 560 cajas en un contenedor reefer.

El proyecto de exportación esta dado para 15000 unidades y esto en cajas nos dan 1250 cajas al año que está el proyecto, si esto hacemos un estimado para dividir por los meses del año nos dan que al mes se exportarían 104 cajas mensuales.

4.2.4.5 Elaboración de queso

Ilustración 28: Proceso de elaboración del queso fresco



- Temperado

Consiste en llevar a la materia prima a la temperatura óptima para la inoculación de los microorganismos específicos activados previamente. Se usan temperaturas que van desde los 25 hasta los 45 °C, dependiendo de la cepa usada.

- Inoculación

Es la adición de mezcla de leche/ inóculo activado, a la leche temperada.

- Coagulación

Es el tiempo en el cual se desarrollan las sustancias de los microorganismos a una temperatura constante y que permiten la coagulación de la proteína de la leche.

- Desuerado

Es la separación de la proteína coagulada del suero lácteo.

- Moldeado y prensado

Se utilizan distintos tipos de moldes que faciliten el escape del suero restante, esto con la ayuda de la prensa.

- Salado

En nuestro medio, por lo general se utiliza el salado por inmersión en una solución salina y se lo deja reposar por un tiempo determinado; esto de acuerdo al contenido final de sal deseado.

- Envasado

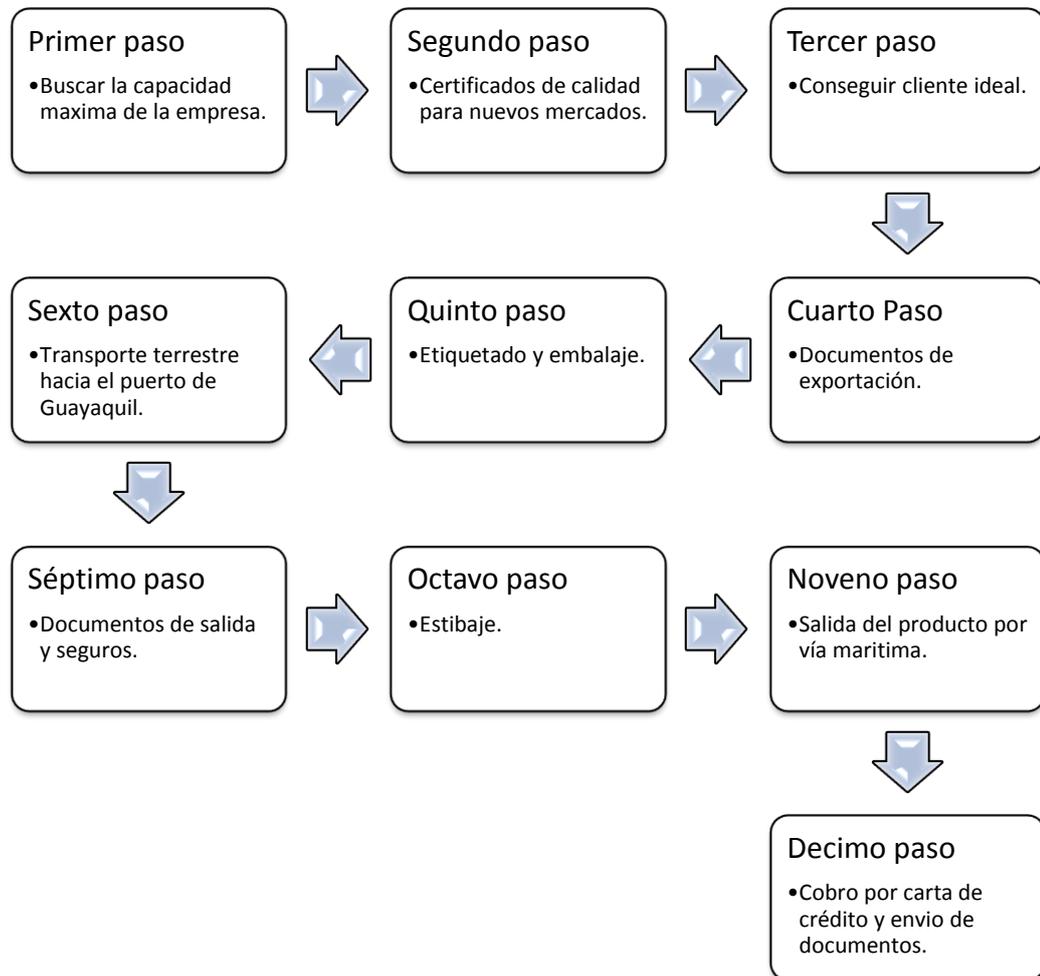
Se usan envases plásticos de varios tipos. Se puede realizar un envasado al vacío o normal. El envasado al vacío se lo realiza en equipos adaptados para ese fin.

- Almacenaje

El producto terminado se lo almacena en cuartos fríos a una temperatura de 4°C.

4.2.4.6 Proceso de exportación de Lácteos San Salvador

Ilustración 29: Proceso de exportación



Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5 Estado financiero

En este estudio se podrá analizar la parte contable del proyecto y la capacidad que pueda tener la empresa en su situación económica y saber si es o no factible comenzar con el proceso de exportación hacia Queens.

4.2.5.1 Costo de producción

Tabla 11: Costo de producción

| LACTEOS SAN SALVADOR | | | |
|------------------------------------|----------|-----------------|-----------------|
| COSTO TOTAL POR QUESO 700GR | | | |
| COSTOS DIRECTOS | | | 2,02351 |
| MATERIA PRIMA | | 2,02351 | |
| CUAGULANTES RENIPLUS NG | 0,00575 | | |
| CALCIO GRANULADO EN GR | 0,05854 | | |
| SAL GR | 0,01708 | | |
| DIOPAXI 4000 CC | 0,00832 | | |
| FUNDAS PARA QUESO FRES | 0,0486 | | |
| IMPRESIÓN DE FUNDAS | 0,00402 | | |
| LECHE CC | 1,8812 | | |
| COSTOS INDIRECTOS | | | 0,034651 |
| SERVICIOS BASICOS | | 0,016609 | |
| LUZ | 0,004444 | | |
| AGUA | 0,002222 | | |
| TELEFONO | 0,001333 | | |
| CELULAR | 0,000277 | | |
| COMBUSTIBLE | 0,008333 | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | 0,018042 | |
| GERENTE | 0,005555 | | |
| CONTADOR | 0,002488 | | |
| SONIA | 0,005555 | | |
| NELLY | 0,004444 | | |
| DEPRECIACION EQUIPOS | | | 0,03 |
| MAQUINARIA | 0,01 | | |
| INFRAESTRUCTURA | 0,02 | | |
| TOTAL COSTOS DE PRODUCCION | | | 2,088161 |

Elaborado por: Fernando Pérez

En los costos que a la empresa San Salvador necesita para poder producir el queso fresco se detallan todos los materiales y todos los costos que se influyen para poder sacar un precio total por unidad de cada producto que es de \$2,09.

4.2.5.2 Clasificación del producto

A continuación se detallara todo el proceso para la información de la exportación.

Tabla 12: Clasificación del producto

| | |
|--------------------------------------|---------------------------|
| Nombre común del producto y variedad | Queso fresco |
| Clasificación del producto | Leche y productos lácteos |
| Peso (unidad) | 700 gr |
| Peso neto | 10500 kr |
| Cantidad | 15000 unidades de 700 gr |
| Especificaciones de calidad. | Orgánica |
| País de origen | Ecuador |
| Nombre de la marca con logo | Productos San Salvador |
| Nombre y dirección del empacador | Productos San Salvador |
| Nombre y dirección del distribuidor | |
| Pictogramas. | Hacia arriba |
| Identificación de transporte | Reefer 20 pies |
| Destino | Queens |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.3 Inversión

La inversión que la empresa necesita no es mucho ya que cuenta con una fabrica modernizada y con los insumos suficientes para su producción ya que cuenta con una capacidad instalada de 5000 lt de leche diarios y la producción de 1000 quesos de 700 gr, y una capacidad máxima de 7000 lt de leche diarios para una posible producción de 1400 quesos de 700 gr.

Inversión tangible

Tabla 13: Inversión Tangible

| INVERSIÓN | NOMBRE | CANTIDAD | PRECIO UNIT. | TOTAL |
|----------------|------------|----------|--------------|--------------------|
| Muebles | Escritorio | 2 | \$ 250,00 | \$ 500,00 |
| | Silla | 2 | \$ 35,00 | \$ 70,00 |
| Eq. De computo | Computador | 1 | \$ 600,00 | \$ 600,00 |
| | | | Total | \$ 1.170,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

Inversión intangible

Tabla 14: Inversión intangible

| INVERSIÓN | CANTIDAD | PRECIO UNIT. | TOTAL |
|------------------------|----------|--------------|-----------------|
| Capacitación personal | 1 | \$ 20,00 | \$ 20,00 |
| Publicación página web | 1 | \$ 20,00 | \$ 20,00 |
| | | Total | \$ 40,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.4 Capital de trabajo

Tabla 15: Capital de trabajo

| COSTO | UNIDAD | CANTIDAD | PRECIO UNIT. | TOTAL |
|--------------|--------|----------|--------------|--------------|
| Queso fresco | gr | 15000 | \$ 2,09 | \$ 31.350,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

El capital de trabajo estipula lo que le cuesta a la empresa producir cada unidad de queso fresco incluyendo todos los costos y gastos que incluyen en este precio total.

4.2.5.5 Mano de obra

La mano de obra incluye a todos las personas que están en todo este proceso para que el queso pueda llegar a su empaquetado y su comercialización.

Mano de obra directa

Tabla 16: Mano de obra directa

| COSTO | UNIDAD | CANTINDA | PRECIO UNIT. | TOTAL |
|-----------|--------|----------|--------------|--------------------|
| Expandido | jornal | 100 | \$ 15,00 | \$ 1.500,00 |
| Envasado | jornal | 2 | \$ 15,00 | \$ 30,00 |
| Empacado | jornal | 10 | \$ 15,00 | \$ 150,00 |
| Embalado | jornal | 3 | \$ 15,00 | \$ 45,00 |
| | | | Total | \$ 1.725,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

Mano de obra indirecta

Tabla 17: Mano de obra indirecta

| COSTOS | PARTICIPACIÓN | TOTAL |
|--------------|---------------|--------------------|
| Gerente | 30,79 | \$ 500,00 |
| Sub gerente | 30,79 | \$ 500,00 |
| Contador | 13,79 | \$ 224,00 |
| Secretaria | 24,63 | \$ 400,00 |
| Total | 100,00 | \$ 1.624,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.6 Costos de materiales directo

Estos son los costos que necesitamos para poder ya enviar al producto y que su seguridad no sea afectada en el proceso de envío por vía terrestre y marítima.

Tabla 18: Materiales directos

| COSTO | UNIDAD | CANTIDAD | PRECIO UNIT. | TOTAL |
|---------------|--------|----------|--------------|--------------------|
| Envase | Funda | 15000 | \$ 0,05 | \$ 750,00 |
| Empaque | Caja | 1250 | \$ 0,65 | \$ 812,50 |
| Palletización | Pallet | 105 | \$ 6,00 | \$ 630,00 |
| | | | Total | \$ 2.192,50 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.7 Costos de materiales indirectos

En los costos indirectos se ha puesto un precio a un uniforme que se necesita para el proceso ya que un sello ecológico que se necesita para entrar requiere que los uniformes tengan este en su ropa y también se colocó suministros para la oficina.

Tabla 19: Materiales indirectos

| COSTO | CANTIDAD | PRECIO UNIT. | TOTAL |
|--------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| Uniformes | 4 | \$ 20,00 | \$ 80,00 |
| Suministros | 1 | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| | | Total | \$ 90,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.8 Gastos generales

Estos son los gastos que la empresa necesita para poder producir con los servicios básicos y otros que se ponen en este rubro.

Tabla 20: Gastos generales

| COSTO | NOMBRE | TOTAL |
|-------------------|---------------|--------------------|
| Servicios básicos | Telefono | \$ 120,00 |
| | Agua | \$ 200,00 |
| | Luz | \$ 400,00 |
| | Celular | \$ 25,00 |
| | Combustible | \$ 750,00 |
| | Total | \$ 1.495,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.9 Depreciación

La depreciación esta puesta para la maquinaria y la infraestructura de la empresa que posee y para los nuevos equipos para formar una área de comercio exterior en la productora San Salvador.

Tabla 21: Depreciación

| COSTO | NOMBRE | TOTAL |
|--------------|-------------------|------------------|
| Depreciación | Maquinaria | \$ 150,00 |
| | Infraestructura | \$ 300,00 |
| | muebles y enseres | \$ 57,00 |
| | Computador | \$ 198,00 |
| | Total | \$ 705,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.10 Gastos administrativos

Aquí consiste en lo que son hojas, lapiceros, esferos, y otras cosas que se necesita en la parte administrativa.

Tabla 22: Gastos Administrativos

| COSTO | TOTAL |
|--------------|------------------|
| Suministros | \$ 110,00 |
| Total | \$ 110,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.11 Gastos de exportación

Según Proecuador estos son los precios que se necesitan para el ejercicio de exportación.

Tabla 23: Gastos de exportación

| COSTO | TOTAL |
|---------------------------|--------------------|
| Estibaje | \$ 120,00 |
| Flete interno | \$ 800,00 |
| Seguro interno | \$ 600,00 |
| Certificado de origen | \$ 60,00 |
| Inspección (Agrocalidad) | \$ 80,00 |
| Certificado fitosanitario | \$ 40,00 |
| Trámites portuarios | \$ 200,00 |
| Total | \$ 1.900,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.12 Capital de trabajo

En este cuadro vamos a sumar todas las tablas anteriormente presentadas para poder sacar el capital de trabajo que se va a necesitar.

Tabla 24: Capital de trabajo

| INVERSIÓN | TOTAL |
|------------------------|---------------------|
| Materia prima | \$ 31.350,00 |
| Mano de obra directa | \$ 1.725,00 |
| Mano de obra indirecta | \$ 1.624,00 |
| Materiales directos | \$ 2.192,50 |
| Materiales indirectos | \$ 90,00 |
| Gastos generales | \$ 1.495,00 |
| Depreciaciones | \$ 705,00 |
| Gastos administrativos | \$ 110,00 |
| Gastos de exportación | \$ 1.900,00 |
| Total | \$ 41.191,50 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.13 Inversión total

Vamos a sumar los resultados de las tablas de la inversión tangible como la intangible mas el capital de trabajo para poder saber cual es la necesidad real para este proyecto.

Tabla 25: Inversión total

| INVERSIÓN | TOTAL |
|--------------------|---------------------|
| Tangible | \$ 1.170,00 |
| Intangible | \$ 40,00 |
| Capital de trabajo | \$ 41.191,50 |
| Total | \$ 42.401,50 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.14 Precio FOB

Este va hacer nuestro precio con la utilidad que se plantea obtener y con algunas sugerencia para que los directivos de la empresa tengan en consideración.

Tabla 26: Precio FOB

| Detalle | Subtotal | Valor referencia | Valor referencia |
|----------------------------|--------------|------------------|------------------|
| Costo total de exportación | \$ 41.191,50 | | |
| Unidades exportadas | \$ 15.000,00 | | |
| Costo unitario | \$ 2,75 | | |
| Margen de utilidad 30% | \$ 0,82 | | |
| Precio de venta FOB | \$ 3,57 | \$ 3,70 | \$ 4,00 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.15 Flujos netos

Tabla 27: Flujos netos

| COSTO | 2016 |
|---|--------------|
| Ventas | \$ 53.550,00 |
| (-)Costo de Ventas | \$ 41.191,50 |
| (=) Utilidad antes de utilidades a trabajadores | \$ 12.358,50 |
| (-) 15% Rep. Trabajadores | \$ 1.853,78 |
| (=) Utilidad antes de impuesto a la renta | \$ 10.504,73 |
| (-) 22% Impuesto Renta | \$ 2.311,04 |
| Utilidad Neta | \$ 8.193,69 |

Elaborado por: Fernando Pérez

4.2.5.16 Valor Actual Neto

$$VAN = -I_0 + \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right]$$

Van: Valor Actual Neto

Io: Inversión

FN: Utilidad Neta

1: Constante

i: Tasa de Interés

n: Número de Años

$$VAN = -42402,5 + \left[\frac{8193,69}{(1+0,112)^1} \right]$$

$$VAN = -63778,75 + 7368,43$$

$$VAN 1 = 35033,07$$

$$VAN = -42402,5 + \left[\frac{8193,69}{(1 + 0,1085)^1} \right]$$

$$VAN = -63778,75 + 7391,69$$

$$VAN 2 = 35009,81$$

4.2.5.17 Tasa Interna de Retorno

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \left[\frac{VAN1}{VAN1 + VAN2} \right]$$

TIR: Tasa Interna de Retorno

i 1: Tasa de Interés 1

i 2: Tasa de Interés 2

VAN 1: Valor Actual Neto 1

VAN 2: Valor Actual Neto 2

$$TIR = 0.112 + (0.1085 - 0.112) \left[\frac{35033,07}{35033,07 + 35009,81} \right]$$

$$TIR = 0.112 + (0.35) \left[\frac{35033,07}{70042,88} \right]$$

$$TIR = 0.112 + (0.35)(0.50)$$

$$TIR = 0.112 + 0.175$$

$$TIR = 0.29 * 100$$

$$TIR = 29 \%$$

El proyecto es rentable puesto que la tasa de retorno es mayor a la tasa de descuento de la inversión, por lo que se perfila como una buena opción de negocio futuro.

4.2.5.18 Relación Beneficio / Costo

$$RB/C1 = \left[\frac{VN + VAN1}{C} \right]$$

RB/C1: Relación Beneficio Costo

VN: Ventas Netas

VAN 1: Valor Actual Neto

C: Inversión

$$RB/C1 = \left[\frac{53550 + 35033,07}{41191,5} \right]$$

$$RB/C1 = \left[\frac{88583,07}{41191,5} \right]$$

$$\frac{RB}{C1} = 2,15$$

$$RB/C2 = \left[\frac{53550 + 35009,81}{41191,5} \right]$$

$$RB/C2 = \left[\frac{88559,81}{41191,5} \right]$$

$$\frac{RB}{C2} = 2,14$$

La exportación de queso fresco se considera rentable puesto que por cada dólar invertido se obtendrá una rentabilidad de ochenta y cinco centavos (\$ 1,15), dando un porcentaje de ganancia del 115%.

4.2.5.19 Periodo de Recuperación del Capital

| | |
|---------|----|
| 8193,69 | 12 |
| 41191,5 | X |

$$X = \frac{41191,5 * 12}{8193,69}$$

$$X = \frac{494298}{8193,69}$$

$$X = 60,32$$

$$X = \frac{60,32}{12}$$

$$X = 5,03$$

El periodo de recuperación de la inversión será en 5 años, 0 meses y 3 días.

CONCLUSIONES

- El proyecto de exportación de la empresa Lácteos San Salvador de la ciudad de Riobamba hacia la ciudad de Queens-Estados Unidos, luego de los estudios realizados se demostró su factibilidad.
- Los accionistas de la empresa cuentan con la mano de obra calificada y la maquinaria necesaria para poder cumplir con las necesidades del mercado estadounidense y por consiguiente por los clientes internacionales.
- La empresa no cuenta con una área de comercio exterior para que realicen los tramites los tramites de exportación y todas las necesidades logísticas que esto conlleva para que el producto llegue a su destino.
- Los cálculos realizados para el flujo de efectivo dan resultados positivos, lo que demuestra que el proyecto es viable y que la empresa cuenta con la liquides necesaria para enfrentar sus obligaciones económicas la del TIR que genera una renta del 29% y del VAN con \$35.033,07.

RECOMENDACIONES

- Poner a consideración a los accionistas de lácteos San Salvador que el proyecto de queso fresco hacia la ciudad de Queens-Estados Unidos es muy factible ya que los resultados financieros demuestran ganancias futuras para la empresa.
- Pedir un seguimiento continuo con instituciones públicas como PROECUADOR para que tengan el aporte de tener un mejor mercado y poder cumplir con nuevas metas en mercados futuros.
- Continuar el mejoramiento del proceso de producción de queso fresco, con mejores maquinarias según lo de la actual tecnología y nuevos mecanismos que estén más acordes a los necesitados por el mercado internacional.
- Crear un departamento de comercio exterior que se encargue de las exportaciones y las ventas para generar un control de oferta y demanda.

BIBLIOGRAFIA

- Pérez, A. (2004) Guía metodológica para anteproyectos de investigación. Caracas. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador
- Rojas de Narváez, R. (1997). Orientaciones prácticas para la elaboración de informes de investigación. Puerto Ordaz: Editorial Universidad Nacional Experimental Politécnica "Antonio José de Sucre".
- ARIAS, F.G. (1999). El Proyecto de Investigación: Guía para su elaboración., Caracas.
- Calle J.E. Estudios correlacionales. Módulo de Introducción a la Psicología, Universidad de Jaen.
- COMEX, suplemento, (2011) Código de producción, inversión y comercio. Quito. Registro Oficial. pag 3
- COMEX, suplemento, (2011) Código de producción, inversión y comercio. Quito-Ecuador. Registro Oficial. pag 23
- Centro de Comercio Internacional, TradeMap, CCI
- Banco Central del Ecuador (Quito B.C.E.)

LINKOGRAFÍA

- Ecuadorinmediato. (17 de 5 de 2012). Ecuadorinmediato. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de ecuadorinmediato.com/index.php?module=noticias&func=news_user_view&id=173609&umt=industria_calzado_en_ecudor_reactiva_economia_nacional.
- GOOGLE ACADEMICO. (s.f.). Recuperado el 15 de Junio de 2014, de <http://helid.digicollection.org/es/d/js2912s/1.html>
- Latina, P. (17 de Mayo de 2012). Ecuador Inmediato. Recuperado el 22 de Marzo de 2014, de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=173609&umt=industria_calzado_en_ecuador_reactiva_economia_nacional.
- MIPRO. (26 de 12 de 2013). Industrias. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/047-Ecuador-modelo-a-seguir-en-el-crecimiento-del-sector-del-cuero-y-calzado.pdf
- Miranda, M. d., & Sánchez, E. A. (Agosto de 2013). UNIPAMPLONA. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIG/home_72/recursos/01_general/20122013/analisis_coyuntural_calzado.pdf
- Modafamosos. (s.f.). Modafamosos. Recuperado el 21 de 1 de 2015, de modafamosos.about.co./od/tendencias/a/qu-E-Es-La-Moda-C-Omo-Se-Crea-Y-Por-QuE-La-Seguimos.htm
- Mutis, A. M. (19 de Febrero de 2012). GERENCIE. Recuperado el 11 de Junio de 2014, de <http://www.gerencie.com/carta-de-porte-y-conocimiento-de-embarque.html>
- Noriega, F. (15 de JUNIO de 2009). Buenas Tareas. Recuperado el 15 de Junio de 2014, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Plan-De-Exportacion/28676.html>
- Prieto, J. (2009). Proyectos enfoque gerencial. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- PROECUADOR. (8 de 12 de 2013). PROECUADOR. Recuperado el 20 de 5 de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cuero-y-textriles>

- Simeón, Z. M., & Palomino, M. F. (2012). Institutocontinental. Recuperado el 22 de 1 de 2015, de www.instituto.continental.edu.pe/biblioteca/images/documentos/proyectos/proyecto_calzados_damas.pdf
- Simeony, Z. M. (12 de Diciembre de 2013). Instituto Continental. Recuperado el 20 de Enero de 2014, de http://www.instituto.continental.edu.pe/biblioteca/images/documentos/proyectos/proyecto_calzados_damas.pdf
- Thompson, I. (26 de Junio de 2012). PROMONEGOCIOS. Recuperado el 25 de Junio de 2014, de PROMONEGOCIOS:
- Blog de comercio exterior. Recuperado del 06 al 20 de septiembre del 2015 de. <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/>
- Diccionario. Recuperado el 20 de Julio del 2015 de. <http://www.definicionabc.com/social/asociacion.php>
- www.sapatosite.com
- Prezi. Comercio Justo. Recuperado el 13 de octubre del 2015 de. <https://prezi.com/hvdjjev3sqeg/pasos-para-desarrollar-un-proyecto/>
- PROECUADOR. Oferta exportable de cuero y calzado. Recuperado el 20 de 5 de 2015 de, <http://www.proecuador.gob.ec/compradores>.
- PROECUADOR. (13 de Agosto de 2013). PROECUADOR. Recuperado el 8 de Junio de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-el-certificado-digital-de-firma-electronica-y-token/>
- Revista Líderes. (22 de 11 de 2012). Revista Líderes. Recuperado el 17 de 1 de 2015, de www.revistalideres.ec/informe-semanal-zapatos-calzado-produccion-Ecuador/empresa_0_796720325.html
- S.R.I. (7 de Marzo de 2014). S.R.I. Recuperado el 5 de Junio de 2014, de <http://www.sri.gob.ec/de/web/10138/92>
- SENA. (12 de 2012). SENA. Recuperado el 21 de 1 de 2015, de www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

ANEXOS

Anexo No. 1: DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN

| | | |
|---|--|---|
|  | REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION |  |
| Consulta del detalle de la declaración de exportación | | |

| | |
|----------------------|----------------------|
| Número de DAE | 016-2014-40-00356372 |
|----------------------|----------------------|

Información de general

| | | | |
|------------------------------|-------------------|------------------------------|------------------------|
| Código de la distrito | GUAYAQUIL - AEREO | Código de régimen | EXPORTACION DEFINITIVA |
| Tipo de Despacho | DESPACHO NORMAL | Código del declarante | 01901360 |

Información de Exportador

| | | | |
|---------------------------------|--|--------------------------------|----------------------|
| Nombre del exportador | LIBRERIA STUDIUM CIA LTDA | Telefono del exportador | |
| Dirección del exportador | | | |
| Numero de documento de | RUC-1791110331001 | Ciudad del exportador | QUITO |
| CIJU | VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS | Numero de documento de | RUC-0908925910001 |
| Nombre del declarante | COLMENARES CASTRO NICOLAS VENICIO | | |
| Dirección del declarante | MARTIN CHABRA N60-230 Y AV DEL MAESTRO | | |
| Código de forma de pago | GIRO DIRECTO | Código de moneda | DOLAR ESTADOUNIDENSE |

Informacion de carga

| | | | |
|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------|
| Puerto de carga | | Puerto privado desde | |
| Puerto de llegada o de | | Fecha de la carta de | 22/05/2014 |
| Nombre del consignatario | HOUGHTON MIFFLIN HARCOURT | | |
| Dirección del | 466 SOUTH LINCOLN DRIVE TROY | | |
| Ciudad del contribuyente | MIAMI | Tipo de carga | CARGA SUELTA |
| Almacén de lugar de | [51000002] ZPE GUAYAQUIL AEREO | Medio de transporte | AEREO |
| País de destino final | ESTADOS UNIDOS | | |

Totales

| | | | |
|---|----------------------|---|-----|
| Código de moneda | DOLAR ESTADOUNIDENSE | Tipo de cambio | 1 |
| Total moneda transacción | 9202.1 | Cantidad de ítem | 47 |
| Peso neto total | 200 | Peso total | 230 |
| Cantidad total de bultos | 16 | Cantidad de contenedores | 0 |
| Cantidad total de unidades físicas | 603 | Cantidad total de unidades comerciales | 603 |
| Código de la mercancía de despacho urgente | | Código de solicitud de aforo | |
| Fecha de primer ingreso | | Fecha de primer embarque | |

Item

Firma del Contribuyente

1 de hoja /3 total de hojas

Firma del Declarante

Anexo No. 2: CONOCIMIENTO DE EMBARQUE

BILL OF LADING

Shipper (Complete name and address)

B/L No.

Consignee (Complete name and address)

Notify (Complete name and address)

Shipped on board in apparent good order and condition, unless otherwise stated on the face hereof, the number of packages shown in Carrier's Receipt box, said to contain the goods described in the Particulars furnished by Merchant (contents, weight and measures unknown to Carrier) and to be discharged at the port of discharge or so near thereto as the vessel may safely get and be always afloat, and to be delivered in the like good order and condition at the aforesaid Port unto Consignees or their Assigns, they paying freight as indicated below plus other charges incurred in accordance with the provisions contained in this Bill of Lading.

In accepting this Bill of Lading the Merchant expressly accepts and agrees to all its stipulations on both pages, whether written, printed, stamped or otherwise incorporated, as fully as if they were all signed by the Merchant.

One original Bill of Lading must be surrendered duly endorsed in exchange for the goods or delivery order.

IN WITNESS WHEREOF THE NUMBER OF ORIGINAL BILLS OF LADING STATED BELOW HAVE BEEN SIGNED, ALL OF THIS TENOR AND DATE ONE OF WHICH BEING ACCOMPLISHED THE OTHERS TO STAND VOID.

Pre-carriage by _____ Place of receipt by pre-carrier _____

Vessel _____ Port of loading _____

Part of discharge _____ Place of ultimate delivery by co-carrier _____

| Marks and Numbers | No. of Units | Kind of packages: description of goods | | | Gross weight | Measurement |
|----------------------------------|--------------|--|---------------------------------------|-------------------------|--------------|-------------|
| SPECIMEN | | | | | | |
| CARRIER'S RECEIPT | | | PARTICULARS FURNISHED BY THE MERCHANT | | | |
| FREIGHT & CHARGES | Revenue Tons | Rate | Per | Prepaid | Collect | |
| Extra charges for declared value | | | | Total | | |
| DECLARED VALUE OF | | Freight payable at | | Place and date of issue | | |
| | | Number of original Bo/L | | Signed for the master | | |

Anexo No. 3: FORMULARIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TOKEN



www.sibib.net.ec

FORMULARIO DE SOLICITUD

Fecha: _____

A. Datos del Suscriptor del Certificado

Nombre y Apellido*: _____
 No. Cédula / No. Pasaporte*: _____ Nacionalidad*: _____
 Email*: _____

¿Ya tiene un certificado a su nombre con Security data?: sí no

B. Tipo de Certificado* (debe tener entre 4.1.1. a 4.1.2.)

4.1.1. PERSONA NATURAL Ingrese los datos de la persona a la que emiten un el RUC:
 Persona Natural

Dirección*: _____ Código Postal*: _____
 País*: _____ Provincia*: _____ Ciudad*: _____
 Teléfono*: _____ FAX: _____ Celular: _____
 RUC: _____ ¿TIENE RUPP?: sí no

4.1.2. REPRESENTANTE LEGAL, MIEMBRO DE EMPRESA o FUNCIONARIO PÚBLICO Ingrese los datos de la Empresa/Organización
 Representante Legal Miembro de Empresa Funcionario público

Razón Social (tal como consta en el ruc)*: _____
 Dirección*: _____ Código Postal*: _____
 Provincia*: _____ Ciudad*: _____
 Nombre del Representante Legal*: _____
 Teléfono*: _____ Cargo que Desempeña el Suscriptor*: _____
 RUC*: _____ ¿TIENE RUPP?: sí no

C. Tiempo de validez del certificado (por defecto 2 años)*

a. Por defecto 2 años b. (OTRO) (especificar) _____

D. Tipo del Certificado*

a. ESTAMPADO (ANALÓGICO) b. PETROANEXOS
 c. OAR d. RUPP DE COMPAÑÍAS
 e. FACTURACIÓN ELECTRÓNICA e. (OTRO) (especificar) _____

E. Token*

a. Token Security Data (el de la persona con que va a solicitar un token)
 b. Token Propto (de 24 horas sin token anterior - sin recargas)
 c. No Token (que tiene un token de facturas, mail o documento)

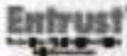
BORRAR EL FORMULARIO

El solicitante declara que voluntaria y libremente acepta todos los términos y condiciones expresados en este documento, en la (PI) y en el Protocolo de Certificación del certificado electrónico, los cuales se encuentran disponibles en el sitio de esta página. Se garantiza conformidad entre el documento electrónico emitido con el que la información original y almacenado en formato físico de modo de garantizar la validez en los documentos electrónicos y documentos que el proveedor Security Data realizará las respectivas acciones para la validez correspondiente.

FIRMA DEL SUSCRIPTOR

Powered by





La Concepción - Río Palera 043-27 Av. Amazonas - Tel: (503-2) 2438911 Fax: (503-2) 2250371
 www.security@sibib.net.ec 1806-FR06AS

V10

Anexo No. 4: FACTURA COMERCIAL

COMMERCIAL INVOICE (FACTURA COMERCIAL)

AWBBL (Conocimiento de Embarque):

| SHIPPER (EXPEDIDOR) | | BILL TO (COBRAR A): | | | |
|---|---|---|-----------------------------------|---|----------------------------|
| Full Name (Nombre Completo) Full Address (Dirección Completa) | | Invoice No (No de la Factura): | Page (Pagina) _____ of (de) _____ | | |
| Tax ID No (No de Identificación Fiscal) | | Invoice Date (Fecha de la Factura): | Ship Date (Fecha del Envío): | | |
| CONSIGNEE (DESTINATARIO) | | Place of Issuance (Lugar de Expedición) | File Number (No del Archivo): | | |
| RELATED (VINCULADO) <input type="checkbox"/> NOT RELATED (NO VINCULADO) <input type="checkbox"/> | | SOLD (VENDIDO) <input type="checkbox"/> NOT SOLD (NO ESTA VENDIDO) <input type="checkbox"/> | | | |
| SHIPMENT INFORMATION (INFORMACION DEL EMBARQUE) | | | | | |
| Customer PO No (No De Orden de Compra): | | Letter of Credit No (No Carta de Crédito): | | Mode of Transportation (Medio de Transporte): | |
| PO Date (Fecha de la Orden de Compra): | | Currency (Moneda): | | Transportation Terms (Condiciones de Transporte): | |
| Ref No (Referencias): | | Payment Terms (Términos de Pago): | | Number of Packages (No de Paquetes): | |
| Country of Ultimate Destination (Ultimo Destino): | | Incoterms Desc (Incoterms): | | Gross Weight (Kg) (Peso Bruto (Kg)): | |
| Item No (No de Item) | Description (Descripción) Name (Nombre, Type of Good (Tipo de Mercancía), Brand (Marca), Model (Modelo) Country of Origin (País de Origen), Part (Parte), Serial No (No de Serie) | Quantity (Cantidad) | UOM (Unidad de Medida) | Unit Price (Precio Unitario) | Total Price (Precio Total) |
| Subtotal (Subtotal) Subtotal Other Pages (Subtotal Otras Paginas) Shipping & Handling (Gastos de Flete y Manejo) Insurance (Seguro) Others (Otros) TOTAL (Total) | | | | | |

I declare all information contained on this invoice to be true and correct (Declaro que el valor y las declaraciones contenidas en esta factura son verdaderas y correctas).

SIGNATURE (FIRMA DEL DECLARANTE)

TITLE (PUESTO)

DATE (FECHA)

