



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA INGENIERÍA EN FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE QUESO MOZZARELLA DESDE LA EMPRESA ECUALAC, UBICADA EN EL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA, HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - NEW YORK.

AUTORA:

GINA JASMÍN IZA TOAQUIZA

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la Srta. Gina Jasmín Iza Toaquiza, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Luis Alberto Esparza Córdova

DIRECTOR

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Gina Jasmín Iza Toaquiza, declaro que el presente trabajo de titulación es auténtica y original. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 29 de Mayo de 2017.

Gina Jasmín Iza Toaquiza

C.C.:050401913-4

DEDICATORIA

El presente Trabajo de Titulación está dedicado a Dios ya que por su gracia y amor me ha permitido llegar hasta este momento tan especial e importante de mi vida.

A mis padres por ser mi pilar de apoyo constante en este largo camino que he recorrido de su mano y me han guiado por el sendero correcto.

A mi esposo que con sus palabras de aliento no me dejaba decaer y hacía que las situaciones más difíciles se tornaran en momentos de calma y serenidad.

A mis hijos que con su llegada hicieron que me esforzaré cada día más por lograr mi objetivo.

A mi hermano porque con su apoyo incondicional me daba ánimos para cumplir mi meta.

A mi primo Kléver Vinicio que desde su partida me inspiró aún más para lograr ser lo que él no pudo por voluntad de Dios. Hoy sé que desde el cielo te alegras por mis logros.

*LOS AMO A TODOS, GRACIAS POR SU AMOR, APOYO, COMPAÑÍA Y
COMPRENSIÓN.*

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado el don de la vida y permitirme llegar a culminar lo que un día empecé, dándome sabiduría para realizar este trabajo de titulación.

Agradezco infinitamente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por haberme abierto sus puertas ya que teniendo maestros con grandes conocimientos, durante toda mi carrera universitaria me brindaron su excelencia en educación y de esta manera formarme como profesional.

A mis padres gracias por cada palabra y experiencia compartida para ser una buena persona y ser mi más grande ejemplo de amor, fortaleza y superación.

A mi esposo le agradezco infinitamente al compartir su vida junto a la mía para ser una fuente de apoyo incondicional en esta etapa de mi vida.

Gracias hijos míos porque ustedes son un pedacito de mi vida que me impulsan todos los días a ser mejor porque ustedes miran mis pasos.

A mi único hermano que de una u otra manera estuvo allí dándome ánimos en todo momento para culminar esta etapa tan especial de mi vida.

A mis compañeros de clase que cada experiencia vivida la llevo dentro de mi corazón, en especial aquellos que llegaron a ser mis amigos verdaderos: Luzmila, Steffi, Anita, Liliana, Maritza y Erick, gracias amigos por todo el tiempo que compartimos dentro y fuera del salón de clases.

A mis Ingenieros Luis Alberto Esparza Córdova y Juan Carlos Alarcón Gavilánes por su tiempo y paciencia para guiarme en este proceso para terminar mi Trabajo de Titulación.

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de gráficos.....	x
Índice de tablas	xi
Índice de anexos.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Formulación del problema.....	3
1.1.2 Delimitación del problema	3
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3 OBJETIVOS.....	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivos Específicos	5
CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	6
2.1.1 Antecedentes Históricos	8
2.1.2 Queso Mozzarella y sus características	11
2.1.3 Producción mundial del queso mozzarella	14
2.1.4 Principales mercados del Ecuador	16
2.1.5 Principales Productos No Petroleros de Exportación.....	16
2.1.6 La industria láctea en ecuador	17
2.2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	25
2.2.1 Antecedentes Históricos ECUALAC	25
2.2.2 Base legal.....	26

2.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	27
2.3.1	Gerencia General	28
2.3.2	Sub – Gerencia.....	28
2.3.3	Talento Humano	28
2.3.4	Seguridad Industrial.....	28
2.3.5	Coordinador de Mantenimiento.....	28
2.3.6	Coordinador de Control de Calidad.....	29
2.3.7	Coordinador de Producción	29
2.3.8	Coordinador de Contabilidad.....	29
2.3.9	Coordinador de Ventas	29
2.3.10	Marketing.....	29
2.4	LOGOTIPO DE LA EMPRESA ECUALAC	30
2.5	PRODUCTOS	30
2.5.1	Queso Mozzarella	30
2.5.2	Leche	30
2.6	CLIENTES	30
2.7	PROVEEDORES.....	30
2.8	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	31
2.8.1	Exportación:.....	31
2.8.2	Importación:.....	32
2.8.3	Canal de Distribución:	32
2.8.4	Mercado:	32
2.8.5	Estudio de Mercado:	32
2.8.6	Costo:.....	32
2.8.7	Ingreso:	33
2.8.8	Competitividad:	33
2.8.9	Incoterms:	33
2.8.10	Oferta:	33
2.8.11	Demanda:.....	34
2.8.12	Productividad:.....	34
2.8.13	Arancel:	34
2.8.14	Inversión:	34
2.8.15	Lácteos:.....	34
2.8.16	Acuerdos Comerciales:.....	35

2.9	HIPÓTESIS	35
2.9.1	Hipótesis General	35
2.9.2	Hipótesis Específicas	35
2.10	VARIABLES.....	35
2.10.1	Variable Independiente.....	35
2.10.2	Variable Dependiente	35
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO		36
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.1.1	Investigación Bibliográfica.....	36
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.2.1	Investigación Descriptiva	36
3.2.2	Investigación Exploratoria.....	36
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA	37
3.3.1	Unidad de Estudio.....	37
3.3.2	Universo.....	37
3.3.3	Muestra	37
3.4	MÉTODOS	38
3.4.1	Método Inductivo	38
3.4.2	Método Deductivo	39
3.5	TÉCNICAS.....	39
3.5.1	Encuesta.....	39
3.5.2	Entrevista.....	39
3.6	INSTRUMENTOS	39
3.7	RESULTADOS	40
3.7.1	Tabulación de Encuestas	40
3.7.2	Resultados de las Entrevistas.....	52
3.7	VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	52
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO		53
4.1	TÍTULO.....	53
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	53
4.2.1	Mercado Objetivo	53
4.2.1.1	Indicadores socioeconómicos	53
4.2.2	Acceso al mercado.....	58
4.2.3	Requisitos específicos para productos ecuatorianos con potencial	59

4.2.4	Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios.....	61
4.2.5	Requisitos de Etiquetado, Empaque y Embalaje	61
4.2.6	Licencias de Importación/Autorizaciones previas.....	61
4.2.7	Proceso de Exportación	62
4.2.8	Requisitos para obtener el Registro de Exportador	62
4.2.9	Documentos para las exportaciones	63
4.2.10	Trámites para exportar.....	66
4.2.11	Proceso en la Aduana	67
4.2.12	Partida Arancelaria	68
4.2.13	Logística de exportación.....	68
4.2.14	Forma de pago	69
4.2.15	Certificaciones internacionales	71
4.2.16	Flujograma de tiempos y procesos	75
4.2.17	Características de la carga	76
4.2.18	Marketing.....	76
4.2.19	Contratación del Seguro	79
4.2.20	Contratación del Servicio de Transporte.....	79
4.2.21	Contenedor.....	79
4.3	ESTUDIO DE VIABILIDAD FINANCIERA	80
4.3.1	Evaluación Económica y Financiera	81
4.3.2	Evaluación Financiera	89
	CONCLUSIONES	92
	RECOMENDACIONES.....	93
	BIBLIOGRAFÍA	94
	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°. 1: Demanda mundial del queso	15
Gráfico N°. 2: Principales Productos No Petroleros de Exportación.....	17
Gráfico N°. 3: Experiencia de la empresa Ecuallac en el exterior	41
Gráfico N°. 4: Inconveniente de la empresa al momento de exportar	42
Gráfico N°. 5: Cómo califica usted el queso mozzarella que elabora la empresa Ecuallac	43
Gráfico N°. 6: Cómo califica usted los tiempos y movimientos en la producción del queso mozzarella.....	44
Gráfico N°. 7: Con que frecuencia la empresa elabora el queso mozzarella	45
Gráfico N°. 8: Cree usted que la empresa Ecuallac tiene la capacidad para mantener la comercialización con mercados extranjeros.....	46
Gráfico N°. 9: Cómo cataloga usted el sistema logístico de abastecimiento y distribución de productos terminados	47
Gráfico N°. 10: Conoce usted precios de productos iguales o similares en el mercado. 48	
Gráfico N°. 11: La empresa ha participado en ferias sectoriales para dar a conocer sus productos	49
Gráfico N°. 12: Cómo está el posicionamiento de la empresa en cuanto a su sistema y productos en el mercado nacional	50
Gráfico N°. 13: El retorno de la inversión es satisfactorio	51
Gráfico N°. 14: Relaciones Comerciales entre Ecuador y Estados Unidos	56
Gráfico N°. 15: Geográfico	57
Gráfico N°. 16: Factura comercial original.....	64
Gráfico N°. 17: Certificado de Origen	65
Gráfico N°. 18: Partida Arancelaria	68
Gráfico N°. 19: Incoterm FOB (Free On Board)	69
Gráfico N°. 20: Forma de pago	70
Gráfico N°. 21: Flujograma de tiempos y procesos	75
Gráfico N°. 22: Logotipo	77
Gráfico N°. 23: Fundas de Polietileno	77
Gráfico N°. 24: Contenedor	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°. 1: Tabla Nutricional.....	14
Tabla N°. 2: Principales mercados del Ecuador.....	16
Tabla N°. 3: Proveedores	31
Tabla N°. 4: Personas encuestadas.....	38
Tabla N°. 5: Experiencia de la empresa Ecuallac en el exterior	41
Tabla N°. 6: Inconveniente de la empresa al momento de exportar	42
Tabla N°. 7: Cómo califica usted el queso mozzarella que elabora la empresa Ecuallac.....	43
Tabla N°. 8: Cómo califica usted los tiempos y movimientos en la producción del queso mozzarella	44
Tabla N°. 9: Con que frecuencia la empresa elabora el queso mozzarella	45
Tabla N°. 10: Cree usted que la empresa Ecuallac tiene la capacidad para mantener la comercialización con mercados extranjeros.....	46
Tabla N°. 11: Cómo cataloga usted el sistema logístico de abastecimiento y distribución de productos terminados	47
Tabla N°. 12: Conoce usted precios de productos iguales o similares en el mercado ...	48
Tabla N°. 13: La empresa ha participado en ferias sectoriales para dar a conocer sus productos	49
Tabla N°. 14: Cómo está el posicionamiento de la empresa en cuanto a su sistema y productos en el mercado nacional	50
Tabla N°. 15: El retorno de la inversión es satisfactorio.....	51
Tabla N°. 16: Indicadores socioeconómicos	53
Tabla N°. 17: Principales productos importados por Estados Unidos	55
Tabla N°. 18: Productos exportados desde Ecuador hacia Estados Unidos.....	55
Tabla N°. 19: Socioeconómico	58
Tabla N°. 20: Estudio de viabilidad financiera	80
Tabla N°. 21: Costos de Producción	81
Tabla N°. 22: Inversión Fija Tangible.....	82
Tabla N°. 23: Inversión Fija Intangible.....	82
Tabla N°. 24: Capital de Trabajo	82
Tabla N°. 25: Mano de Obra Directa	83
Tabla N°. 26: Mano de Obra Indirecta.....	83

Tabla N°. 27: Materiales Directos.....	83
Tabla N°. 28: Materiales Indirectos	84
Tabla N°. 29: Gastos Generales	84
Tabla N°. 30: Depreciación.....	84
Tabla N°. 31: Gastos Administrativos	85
Tabla N°. 32: Gatos de Exportación	85
Tabla N°. 33: Capital de Trabajo	86
Tabla N°. 34: Inversión	86
Tabla N°. 35: Precio FOB	87
Tabla N°. 36: Balance General.....	87
Tabla N°. 37: Estado de Resultados Proyectado	88
Tabla N°. 38: Flujo Neto	88
Tabla N°. 39: Valor Actual Neto.....	89
Tabla N°. 40: Valor Actual Neto 2.....	89
Tabla N°. 41: Relación beneficio – Costo.....	91

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N°. 1: Personal de la Empresa ECUALAC	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 2: Cuajada	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 3: Corte de la cuajada.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 4: Desuerando la cuajada	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 5: Cuajada final	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 6: Corte del queso	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 7: Colocación del queso mozzarella en moldes	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 8: Presentación de la etiqueta al lado anverso del queso mozzarella...	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 9: Presentación de la etiqueta al lado reverso del queso mozzarella ...	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 10: Modelo de la encuesta.....	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

El Proyecto de Exportación de Queso Mozzarella desde la empresa ECUALAC, ubicada en el cantón Mejía, provincia de Pichincha, hacia el mercado de Estados Unidos - New York, con la finalidad de expandir la diversificación del Mercado dando a conocer los trámites y procesos que son necesarios para llevar a cabo la exportación ya para el efecto se mejorará la calidad del producto, aumentando la capacidad productiva y la rentabilidad de la empresa. Además se realizó un estudio de mercado a través de encuestas y entrevistas aplicadas al personal administrativo de la empresa, siendo una guía para determinar herramientas de logística, trámites aduaneros comercialización y la forma de pago que beneficie nuestro proyecto. La propuesta que se ha implementado en el proyecto demuestra su importancia, determinando que la exportación a New York es viable financieramente así tenemos un VAN de 56259,56 y la TIR del 16%; por ello se recomienda ejecutar este proyecto de exportación ya que es considerado factible según los ratios financieros obtenidos, determinando que tiene viabilidad y rentabilidad para la empresa.

Palabras claves: <PROYECTO DE EXPORTACIÓN> <MARKETING>
<INCOTERMS> <TRÁMITES ADUANEROS> <TASA INTERNA
DE RETORNO (TIR)> <VALOR ACTUAL NETO (VAN)>.

Ing. Luis Alberto Esparza Córdova
DIRECTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The Mozzarella Cheese Export project from the ECUALAC company, located in Mejia canton, Pichincha province, to the United States – New York market, with the purpose of expanding market diversification by publicizing the procedures and processes that are necessary to carry out the export and for that purpose the quality of the product will be improved, increasing the productive capacity and the profitability of the company. In addition, a market study was conducted through surveys and interviews applied to the administrative staff of the company, being a guide to determine the logistic tools, marketing procedures, and the payment method that benefits our project. The proposal that has been implemented in the project demonstrates its importance, determining that the export to New York is financially viable so we have a VAN (Net Present Value) of 56259.56 and TIR (Internal Return Rate) of 16%; Therefore it is recommended to execute this export project as it is considered feasible according to the financial ratios obtained, determining that it has viability and profitability for the company.

Keywords: <EXPORT PROJECT> <MARKETING> <INCOTERMS> <CUSTOMS PROCESSES> <INTERNAL RETURN RATE (TIR)> <NET PRESENT VALUE (VAN)>.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la Industria láctea se ha venido desarrollando con el pasar de los años, es por ello que se ha convertido en la forma de vida de los productores de la provincia de Pichincha, mismos que consideran a esta actividad como una de las más importantes dentro del sector alimenticio del ser humano a que al contener altos componentes nutricionales debe ser conservada de generación en generación con el fin de preservar las propiedades netas del producto.

Estados Unidos es uno de los mercados más grandes del mundo, razón por la cuál es el destino de muchos productos lácteos de exportación, es por tal motivo que la Empresa Ecuilac ha optado por producir Queso Mozzarella, pretendiendo llegar a su Mercado objetivo como es la ciudad de New York con un producto de calidad a un precio asequible.

Al desarrollar el presente trabajo de investigación se pretende realizar la exportación hacia el Mercado estadounidense, negocio que puede ser aprovechado a medida del conocimiento de sus beneficios, como reflejo de ello se verá beneficiada económica y socialmente el canton Mejía y por ende la provincia de Pichincha contribuyendo al cambio de la matriz productiva de nuestro país, de la misma manera la empresa, ya que por el incremento de su utilidad, con el tiempo generara más fuentes de trabajo ofreciendo así al cliente un producto de calidad.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las exportaciones de queso en el mundo es un dinamismo en el crecimiento económico y su entorno específico, dando, así como resultado una mejora continua de la calidad de vida a nivel mundial. Esto ha permitido que los países tengan una mayor integración económica y liberación en el comercio internacional.

El Ecuador está cursando por una etapa de cambio en la matriz productiva dentro de la industria láctea debido a la modernización de ejemplares de gestión de estos productos, mismos que son muy vistosos y a más de cambiar hábitos de consumo, este producto es muy apetecido como una base dentro del sistema gourmet por su alto valor nutricional. Debido a la situación actual que el país atraviesa por la dependencia total de las exportaciones petroleras, el presente proyecto se enfoca en tomar nuevas vías a las exportaciones no petroleras para abrir nuevos nichos de mercado; basándose en una estrategia para viabilizar las exportaciones en el sector lácteo, debido al cambio en las necesidades, gustos y preferencias para el consumo del ser humano y de esta manera expandirse a nuevos mercados.

La empresa ECUALAC, ubicada en el cantón Mejía, Provincia de Pichincha, productora y comercializadora de queso fresco y mozzarella cuenta ya con una gran aceptación en el mercado nacional, tiene como finalidad impulsar el crecimiento socioeconómico empresarial y además ayudar al desarrollo del sector de lácteos del Ecuador. ECUALAC, en la actualidad, ya exporta queso fresco al exterior y se encuentra en la necesidad de incrementar su producción y exportar al mercado de New York – Estados Unidos, el queso mozzarella. La empresa tiene un déficit en cuanto a sus ingresos por la limitada expansión en mercados internacionales, poca comercialización, desconocimiento de la marca en el exterior y carece de clientes extranjeros, lo que tiene como efecto bajas ventas, pocos mercados objetivos y la disminución en cuanto a ingresos; debido a que no cuentan con un proyecto para la exportación de dicho producto retrasan su crecimiento empresarial, lo que afecta a la empresa en cuanto a su producción. Es por ello que es

necesario realizar un proyecto para así exportar el queso mozzarella y expandirse a nuevos nichos de mercado.

Estados Unidos es una de las potencias económicas más grandes a nivel mundial y por ello es uno de los mercados más importantes para cualquier tipo de producto. Según los datos emitidos por un reciente estudio titulado “The Changing American Diet” realizado por el Center for Science in the Public Interest, el consumo de queso en Estados Unidos se ha triplicado desde el año 1970 hasta 2015. El consumo anual de los años 70 era de poco más de 3.5 kilos por persona, mientras que en la actualidad ese consumo se ha elevado hasta ser casi de 14.1 kilos, siendo la mozzarella el queso favorito de los estadounidenses.

Por otro lado existe una demanda insatisfecha de varios productos entre ellos tenemos: galletas dulces y saladas, mantequilla, quesos mozzarella, dulces tradicionales, sazones, café, entre otros. El mercado estadounidense necesita ser abastecido de estos productos y según un estudio acerca de la demanda insatisfecha necesitan 24 contenedores de quesos mozzarella anualmente.

1.1.1 Formulación del problema

¿Al realizarse el proyecto de exportación será factible ejecutar la exportación de queso mozzarella que está orientado a realizarse en la empresa Ecuallac, ubicada en el cantón Mejía, provincia de Pichincha, hacia el mercado de Estados Unidos - New York?

1.1.2 Delimitación del problema

La elaboración del proyecto de exportación se aplicará al sector de productos lácteos de la empresa Ecuallac, ubicada en el cantón Mejía, provincia de Pichincha, república del Ecuador, Sud América.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La producción de queso se ha constituido como una forma de vida de diversos productores nacionales en la provincia de Pichincha, quienes consideran este trabajo como una actividad tradicional que debe ser preservada hasta la actualidad. Dentro de la elaboración del queso se conservan las propiedades netas del producto, lo cual es benevolente para la salud por sus propiedades y su alto valor nutricional.

La exportación de productos lácteos se está expandiendo en el campo productivo del país. Ecuador casi dobló sus exportaciones de productos lácteos desde 2012 hasta la actualidad, según datos emitidos por el Ministerio de Industrias y Productividad, que enfatizó la importancia de la diversificación de dicho sector. Los quesos, yogures y dulces de leche se dirigieron a Estados Unidos, Europa, Japón, Rusia y a otros países latinoamericanos, respectivamente.

En el país existen 31 empresas dedicadas a la producción de lácteos. En algunas empresas la producción de quesos es más importante que en otras. Ocho de cada 10 ecuatorianos dicen que compran queso fresco, le sigue en preferencia el mozzarella, queso crema, maduro, semimaduro y el queso de cabra, el queso fresco está entre los hábitos de consumo del ecuatoriano gracias a su tradición y a su precio. (Revista LIDERES, 2015)

Estados Unidos es un país que ha presentado un gran dinamismo en el consumo de productos lácteos, esto impulsado por los cambios en las preferencias y exigencias de los consumidores. A pesar de que Estados Unidos es el mayor productor de queso no logra abastecer a su población, razón por la cuál no logra cubrir su demanda.

Es por ello que la empresa ECUALAC ha optado por introducir su producto en el mercado de New York cumpliendo con todos los requisitos, estándares de calidad y un precio asequible para llegar a dicho mercado.

La realización del presente proyecto de exportación de queso mozzarella, permitirá alcanzar grandes beneficios económicos para la empresa, por ende para la provincia y el país, con el manejo de técnicas, tecnología y mano de obra calificada para la producción.

El producto del presente trabajo de investigación es comercializado a nivel país, porque cuenta con una gran aceptación en el mercado nacional.

A más de permitir alcanzar grandes beneficios para la empresa, generando nuevas plazas de trabajo, se establecerá pasos correctos a seguir para la exportación del producto al mercado estadounidense. Por lo cual ECUALAC podrá incrementar su cartera de clientes, que le ayudaran al desarrollo e incremento de su producción y exportación, reactivando su economía y rentabilidad en mercados internacionales ya que de esta manera asegurará su permanencia y competitividad en los mismos.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Realizar el proyecto de exportación de queso mozzarella desde la empresa ECUALAC, ubicada en el cantón Mejía, provincia de Pichincha, hacia el mercado de Estados Unidos - New York, para expandir la diversificación del mercado.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Fundamentación teórica y técnica en el Sistema de exportación de productos no tradicionales, sector lácteo.
- Diagnosticar la situación interna de la empresa para realizar un estudio de mercado en la ciudad de New York - Estados Unidos en relación al producto, basado en información de producción y consumo del producto en su sector.
- Diseñar un Proyecto de Exportación de queso mozzarella para la empresa ECUALAC.

CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Tema: “PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE QUESO FRESCO DESDE LA EMPRESA PRODUCTOS LACTEOS YAZNAN DEL CANTÓN CAYAMBE, DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA HACIA EL ESTADO DE NEW YORK- ESTADOS UNIDOS EN EL PERIODO 2016.”

Resumen: En este trabajo de investigación se da a conocer los trámites y procesos que conlleva la exportación ya que de esta manera se establece que dicho Proyecto es viable para la exportación de queso fresco, debido a que contribuye a la actividad socio económica del país, ofertando productos de calidad a mercados extranjeros, aumentando la capacidad productiva y la rentabilidad de la empresa.

Realizar un estudio de factibilidad es importante ya que permitirá informarnos de los gustos, preferencias y exigencias del mercado estadounidense; debido a la gran demanda que existe el queso fresco en dicho mercado la exportación de productos lácteos genera oportunidades de apertura hacia mercados internacionales y por ende dinamiza las exportaciones en el país.

Análisis: Dentro de la exportación es muy importante conocer las estrategias y características que englobe un Proyecto, razón por la cual se sabra si es factible la exportación del queso fresco y sobre todo el nivel de aceptación que tendrá en el mercado objetivo para ejecutar dicha exortación, por supuesto de acuerdo al reglamento del país al cual nos vayamos a dirigir, con el fin de que la mercadería llegue de forma legal y que no tenga ningún problema en la aduana al momento de nacionalizar la mercancía en el país destino.

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.

Resumen: La empresa Productos “San Salvador” se dedica a la producción y comercialización de varios productos lácteos, entre ellos se encuentra en queso fresco. De acuerdo a un estudio previo realizado se han encontrado las necesidades dentro del mercado de la Ciudad de Queens – Estados Unidos. Por ello para dar comienzo a un proyecto de exportación de lácteos “San Salvador”, se enfocaron con prioridad a las necesidades, gustos y preferencias de las personas, así como también en los documentos de permiso necesarios que el país de destino requiere para que este producto pueda llegar al consumidor final sin ningún inconveniente.

Análisis: Dentro de mercado internacional no solo es importante la documentación legal para ingresar el producto a un país destino, sino que de igual manera es indispensable estudiar las necesidades que existe en el Mercado al que nos vayamos a dirigir debido a que existen personas con gustos y preferencias diferentes es por ello que las plazas son cada vez más exigente con los productos que se oferten en el mismo, destacando la calidad del producto para que llegue a ser de gran acogida por el consumidor final.

Tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN DEL QUESO MOZZARELLA EN EL MUNICIPIO DE COACHI.

Resumen: Las personas en el mundo cada día son más exigentes en su hábito alimenticio, ya que sus gustos y preferencias se basan en una buena y sana alimentación, motivo por el cual se realizará un estudio de factibilidad para la producción de queso mozzarella en el Municipio de Coachi. El queso mozzarella es muy apetecido en todo lugar por la contextura y el sabor que le brinda a las comidas y ensaladas, este producto es de gran acogida por ello se realizará el estudio antes mencionado.

Análisis: Sin lugar a duda el consumo del queso mozzarella se ha incrementado en un nivel considerable, debido a que con más frecuencia se presenta en la alimentación diaria de las personas ya sea en las comidas o ensaladas. En la actualidad el queso mozzarella es apetecido en grandes cantidades por el sabor incomparable que posee, motivo por el

cual se están proponiendo estudios de factibilidad para la producción del mismo e incluso planes de exportación con la finalidad de dar a conocer este tipo de producto lácteo en mercados internacionales cumpliendo con todos los estándares de calidad y normas de higiene que hoy en día son de gran importancia.

Tema: BOLETÍN SITUACIONAL DEL QUESO

Instituto: PROECUADOR

Resumen: El consumo de queso en el mundo tenderá a incrementarse en un 24% durante el periodo 2012 – 2022 debido a la capacidad adquisitiva de las personas en los diferentes países del mundo y al desarrollo alimenticio del sector de comidas rápidas como son pizzas, hamburguesas, entre otros.

Con el cambio de la Matriz Productiva, Ecuador busca minimizar las importaciones reemplazandolos con productos sustitutos que permitan incrementar las exportaciones. A través del aumento de la capacidad productiva, mejora de la calidad, innovación y tecnología lo cual permita cumplir las metas propuestas con la Matriz.

Análisis: Las personas día a día cambian sus preferencias alimenticias, por tal motivo el consumo del queso se ha expandido en la mayor parte del mundo, ya que las personas buscan alimentos ricos en nutrientes, vitaminas y minerales; lo que permite llevar una vida más sana. Gracias a las condiciones climáticas que Ecuador posee permite tener crías de ganado lechero para agrandar la producción de productos lácteos.

2.1.1 Antecedentes Históricos

2.1.1.1 Historia de la Mozzarella

Tanto el pan como el queso, llevan acompañando a la humanidad desde muy temprano. Y desde esos comienzos hacen buena pareja y se toman combinados, pero su combinación en forma de pizza, no habría sido lo mismo sin la aparición del queso mozzarella.

El queso mozzarella es originario de la cocina italiana. Aunque hay otras variantes, se ha constatado que la tradición italiana es la más antigua.

Su nombre procede del verbo italiano antiguo “mozzare” que significa cortar. Y proviene originariamente de la ciudad de Aversa, perteneciente a la provincia de Caserta en la región de Campania. Esta zona, está próxima a la costa del mar Mediterraneo y como curiosidad os diremos que esta ciudad fue el primer asentamiento de los normandos en Italia.

Aunque la producción de mozzarella en este y otros lugares cercanos se realizaba originalmente con leche de búfala (contando además con una denominación de origen protegida) después surgieron en otros países como Argentina, España, Perú y por supuesto Dinamarca mozzarellas con leche de vaca, aunando así un tipo de queso muy sabroso y popular con la más alta calidad de la leche y los controles de trazabilidad, pastos y cuidado a los animales que Arla proporciona.

En concreto la producción Danesa comenzó de una forma un tanto curiosa, y os vamos a contar a modo de anécdota: fueron los soldados americanos, a finales de los años 40 los que lo propiciaron. Habiéndose introducido la pizza en Estados Unidos por los emigrantes italianos, los americanos se aficionaron rápidamente a ella y a otros platos que la contenían y estando en Europa no querían prescindir de ella, por lo que se empezó a elaborar una Mozzarella más firme, duradera, y fácil de rallar. (Ramón, s.f.)

2.1.1.2 Historia del queso mozzarella en Ecuador

Con el paso del tiempo la industria del queso en el Ecuador ha ido creciendo no únicamente en el aspecto empresarial, sino que también en tecnología, con el fin de ofrecer a los clientes un producto de calidad y que cada vez sean más fieles a su consumo. En los últimos años se ha tenido una nueva perspectiva de ofrecer al mundo una variedad de quesos entre ellos se ubican los quesos: frescos, mozzarella, cheddar, entre otros., que varía de acuerdo al gusto del consumidor.

El queso mozzarella en Ecuador nació en Pintag en la Empresa Friulatte, inspirados en la cocina italiana, decide tener una visión amplia e instaló sus equipos de punta lo que les

permitió elaborar productos de alta calidad al mismo tiempo que elaboraba el queso mozzarella. La idea empresarial de Friulatte era que con esta nuevo tipo de queso, las variedades sigan creciendo.

A través de los años otras empresas dedicadas a la elaboración de productos lácteos han implementado a la gama de sus productos el queso mozzarella, teniendo una gran aceptación en el mercado nacional.

2.1.1.3 Plan Nacional del Buen Vivir

ASOPROLAMM

Pichincha es un ejemplo de economía solidaria debido a la Asociación de Productores de la Mitad del Mundo o mejor conocidos como “ASOPROLAMM”, gracias a la capacitación que reciben por parte de técnicos e instructores de la Dirección de Economía Solidaria del GAD provincial y docentes de la Facultad de Ciencias, Escuela de Ingeniería en Alimentos de la UTE.

Es importante desarrollar este tipo de eventos para que los pequeños productores de la provincia adquieran conocimientos acerca de los productos lácteos, normas INEN y de planificación estratégica. Sin lugar a duda cada uno de los miembros de esta asociación ponen todo de sí voluntariamente para educarse y así de esta manera apropiarse y actualizarse a cada cambio que existe en el sector de los lácteos.

A través de estas capacitaciones los pequeños productores generan buenas condiciones para desenvolverse en el sector lácteo y ventajas que le permiten estar más adelante que otros productores verificando el cumplimiento de formatos y mejoras para elaborar los respectivos informes, mismos que permitirán estar al tanto de las novedades dentro de la asociación.

EL SALINERITO

Una referencia de economía solidaria dentro del desarrollo en el país es Salinas de Guaranda, este lugar era un pueblo apartado y uno de los más pobres de la provincia de Bolívar. Su historia de progreso sin duda ha sido una de las más ejemplares que dio lugar

en 1970, gracias al impulso del párroco Antonio Polo, mismo que decidió transformar a Salinas en un lugar modelo de trabajo.

Hoy en día este sector elabora 22 variedades de queso gourmet siendo distribuidores de importantes restaurantes y centros comerciales de las principales ciudades del país como son Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Riobamba.

Entre las variedades de queso que Salinas de Guaranda elabora tenemos a las siguientes:

Mozzarella: Ideal para elaborar pizzas y acompañar carnes y verduras.

Dambo: Posee un aroma muy apetecible y es suave, se lo puede degustar con embutidos.

Andino: Caracterizado por su suavidad, aroma y sabor.

Gouda: Se caracteriza por su acidez, es perfecto al momento de servir con vinos y cervezas.

Gruyer: Este queso es un poco picante pero con un aroma exquisito.

2.1.2 Queso Mozzarella y sus características

La mozzarella es un tipo de queso fresco, graso, de pasta blanda y elástica elaborada con la leche de vaca, contiene 18% de proteínas.

2.1.2.1 Fabricación Industrial

El proceso comienza con la recepción en la fábrica de los camiones cisterna que contienen hasta 30.000 litros de leche mantenida a una temperatura constante de entre 3 y 4 grados centígrados. Tras el trasvase de la leche a unos grandes silos de almacenaje, comienza el proceso de elaboración.

Dependiendo del tipo de queso que se desea fabricar, la leche pasa por el denominado separador de leche, aparato responsable de extraer la nata sobrante a fin de ajustar el

porcentaje de grasa al tipo de queso que se desea fabricar, en este caso el vídeo nos mostrará cómo se elabora la mozzarella.

La leche es vertida en un pasteurizador donde se realizará el proceso térmico de la pasteurización, se trata de un proceso con el que se logra reducir el contenido de microorganismos patógenos de la leche calentándola a temperaturas por debajo del punto de ebullición, sobrepasar esta temperatura provocaría cambios irreversibles en determinadas características de la leche. Este proceso está sujeto a un exhaustivo control en el que se realizan análisis para determinar el contenido proteínico, el nivel de grasas o la carga de bacterias patógenas.

El siguiente paso es trasvasar la leche a la denominada cuba de cuajado industrial de gran capacidad, en ella se introduce la leche y otros ingredientes como puede ser el cuajo, sustancia cuyo contenido en quimosina permite separar la caseína de la parte líquida (agua, lactosueros, etc). La leche y demás productos se calientan a una determinada temperatura, esta varía dependiendo del tipo de queso que se pretende fabricar.

La mezcla se mueve constantemente por medio de unas palas durante una media hora, pasado este tiempo se vierte todo el contenido de la cuba en unas mesas especiales que parecen grandes coladores y donde se separará la parte sólida de la líquida. Unas batidoras se encargan de mover toda la mezcla y poco a poco el suero lácteo se va almacenando en otros compartimentos, posteriormente será utilizado en la elaboración de otros productos lácteos.

Tras el proceso de separación, el queso comienza a adquirir forma y textura característica, la siguiente etapa es el prensado y el corte de la masa. La familiar textura de la mozzarella ya hace acto de presencia, con la masa se llenan y presan unos moldes de unos 2,5 kilos antes de la cocción. Posteriormente los moldes se vacían sobre una solución denominada salmuera cuya función es enfriar el queso resultante dándoles el punto de sal adecuado.

Los bloques de quesos terminan en una cuba en la que se encontrarán sumergidos en otra solución líquida a una temperatura de 2 grados centígrados un máximo de 10 horas. Finalmente se realiza el lavado del queso con una solución de salmuera y las barras de mozzarella ya están listas para ser envasadas y distribuida

2.1.2.2 Materia Prima

- Leche
- Cuajo
- Suero
- Sal

2.1.2.3 Uso

Este tipo de queso con masa hilada es muy utilizado en la elaboración de pizzas, y cuando esta fresco es ideal para acompañar cualquier tipo de ensaladas. Para un consumo en sandwichs sin derretir se recomienda la mozzarella fresca.

2.1.2.4 Propiedades

El queso mozzarella es rico en fósforo, calcio, hierro, proteínas potasio, yodo, zinc, carbohidratos, magnesio, sodio, vitamina A, B1, B2, B3, B5, B6, B7, B9, B12, D, E, K, colesterol, grasa y azúcar. Estas propiedades ayudan a mantener un cuerpo sano y balanceado para un buen desarrollo humano.

2.1.2.5 Tabla Nutricional

Las proporciones de los nutrientes pueden variar de acuerdo al tipo de preparación y cantidad del queso.

Dentro de un queso mozzarella de 100 gramos se destacan los siguientes valores nutricionales.

Tabla N°. 1: Tabla Nutricional

Calorías	233 kcal.		
Grasa	16,10 g.		
Colesterol	78 mg.		
Sodio	373 mg.		
Carbohidratos	2,20 g.		
Fibra	0 g.		
Azúcares	2,20 g.		
Proteínas	19,90 g.		
Vitamina A	206 ug.	Vitamina C	0 mg.
Vitamina B12	0,65 ug.	Calcio	632 mg.
Hierro	0,20 mg.	Vitamina B3	4,10 mg.

Fuente: Alimentos.org
Año: 2013

2.1.2.6 Beneficios de su consumo

Al poseer una alta cantidad de calcio, la mozzarella es un alimento bondadoso que ayuda a mantener fuertes los huesos, motivo por el cual se aconseja su consumo durante el embarazo puesto a que en estas etapas nuestro organismo consume el calcio a gran medida.

El queso mozzarella contiene fósforo, este mineral ayuda a mantener los huesos y dientes sanos, una piel equilibrada ya que conserva su PH natural, coopera con las funciones biológicas cerebrales y aporta a una excelente resistencia física.

2.1.3 Producción mundial del queso mozzarella

Según datos emitidos por la FAO, Organización para la Alimentación y Agricultura de las Naciones Unidas, el queso es uno de los productos agrícolas con mayor énfasis en todo el mundo, debido a su producción de más de 18 millones de toneladas anualmente. El nivel de su producción es mayor a la de productos como el café, tabaco o cacao; teniendo en cuenta que Estados Unidos se ubica con el 30% de la producción, seguido por Alemania 13% y Francia con un 12%.

Relacionado con las exportaciones Francia encabeza el listado, seguido por Alemania. A pesar de que Estados Unidos es el principal productor no ejecuta exportaciones de queso, ya que su gran producción se enfoca al queso fresco en un nivel alto y sobre todo es para abastecer a su propio Mercado. En cuanto a las Importaciones de queso en primer lugar se encuentra Alemania, Estados Unidos, Reino Unido e Italia, estos países importan una variedad de quesos, entre ellos el mozzarella que es el más apetecido.

En cuanto a su consumo Grecia lidera el ranking con 27,3 kg que se consume por persona, a continuación se ubica Francia con 24kg por habitante, Italia con 22,9 kg por individuo. En Estados Unidos el consumo del queso se ha incrementado drásticamente ya que los gustos, preferencias y exigencias de los clientes cada vez son más rigurosos, es por ello que su consumo se ha triplicado en los últimos 10 años, con 14,1 kg por persona, siendo la mozzarella el queso de preferencia de los estadounidenses, con un tercio del total consumido.

2.1.3.1 Demanda mundial del queso

La demanda mundial del queso con el pasar de los años ha estado en constante crecimiento especialmente en los países desarrollados, debido a que estos están cambiando los hábitos en el consumo alimenticio, puesto que hoy en día, la mayoría de las personas optan por consumir alimentos sanos, frescos, nutritivos y saludables; según datos obtenidos del sitio web TRADEMAP en las importaciones a nivel mundial, el queso ocupa un puesto importante en Estados Unidos, Reino Unido, Países Bajos, Francia, Italia y Bélgica.

Gráfico N°. 1: Demanda mundial del queso



Fuente: TRADEMAP

Año: 2015

2.1.4 Principales mercados del Ecuador

Durante el período del 2014 las exportaciones del Ecuador se dirigieron a los siguientes países: en primer lugar se ubicó Estados Unidos con un 27.54%, seguido por Colombia con un 7.55%, Rusia con un 6.58% y Vietnam con 5%. Estos países fueron los principales destinos de las exportaciones No Petroleras del Ecuador.

Tabla N°. 2: Principales mercados del Ecuador

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS DE ECUADOR - Miles USD FOB Enero - Oct 2014		
País	Monto	Participación %
ESTADOS UNIDOS	2,841,674	27.54%
COLOMBIA	778,724	7.55%
RUSIA	679,301	6.58%
VIET NAM	515,713	5.00%
VENEZUELA, REPÚBLICA BOLIVARIANA DE	478,324	4.64%
ALEMANIA	444,835	4.31%
PAISES BAJOS (HOLANDA)	435,062	4.22%
ESPAÑA	420,407	4.07%
ITALIA	374,410	3.63%
CHINA	374,293	3.63%
FRANCIA	269,228	2.61%
CHILE	251,302	2.44%
PERÚ	245,474	2.38%
BÉLGICA	188,190	1.82%
ARGENTINA	159,159	1.54%
REINO UNIDO	153,407	1.49%
TURQUÍA	150,276	1.46%
MÉXICO	121,413	1.18%
JAPÓN	114,002	1.10%
BRASIL	111,468	1.08%
DEMÁS PAISES	1,211,245	11.74%
Total	10,317,907	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

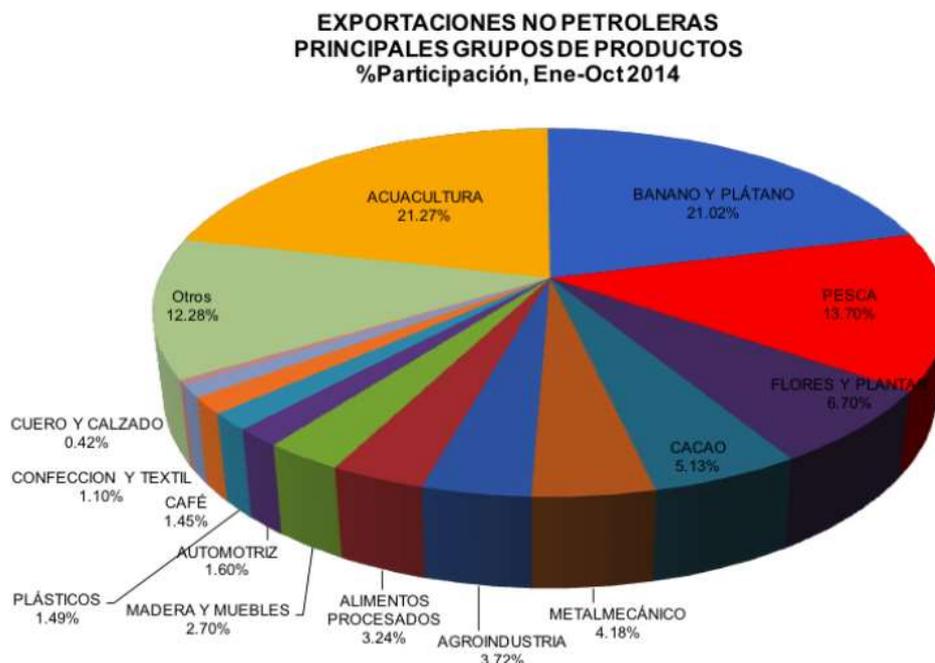
Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inveriones de PROECUADOR

2.1.5 Principales Productos No Petroleros de Exportación

En el siguiente gráfico se puede observar que la mayor parte de las exportaciones se dirigieron al sector de acuicultura con un 21.27%, banano 21.02%, pesca 13.70% y flores 6.70%; estos 4 grupos suman un total de 62.69% referente a las exportaciones no petroleras. Mientras que le siguen otros sectores como: metalmecánico con un 4.18%, agroindustria con un 3.72% y alimetos procesados con un 3.24%. A simple vista se puede

observar que estos sectores se encuentra en un proceso de desarrollo en cuanto a las exportaciones no petroleras del país.

Gráfico N°. 2: Principales Productos No Petroleros de Exportación



2.1.6 La industria láctea en Ecuador

2.1.6.1 Un recorrido por la actualidad, las tendencias y los protagonistas

Ecuador es un país ubicado al noroeste de América del Sur, cuenta con aproximadamente 13 millones 700 mil habitantes. Aunque su extensión territorial no es tan extensa como la de otros países latinoamericanos, Ecuador cuenta con un gran desarrollo cultural, de biodiversidad y abundancia de recursos naturales, por lo que pertenece al grupo de los 17 países considerados megabiodiversos a nivel mundial.

Es considerado un importante país exportador de bananas y el octavo productor mundial de cacao. Asimismo, es significativa su producción de camarón, caña de azúcar, arroz, algodón, maíz y café y diariamente produce cuatro millones de litros de leche.

En cuanto a la producción láctea, en Ecuador el consumo de leche fluida manifiesta diferencias. Las cifras oficiales hablan de un consumo anual de 100 litros per cápita; sin embargo, según cifras aproximadas de diversas empresas lácteas, menos del 50% de la

población consume productos lácteos, situación considerada como un problema cultural y adquisitivo.

Al igual que en la mayoría de los países sudamericanos, la industria láctea de Ecuador actualmente está influenciada por la tendencia de consumo de la leche UHT en funda de polietileno multicapas de larga vida “Tipo Sachet”, que no requiere cadena de frío.

Son alrededor de seis empresas las que se pueden considerar grandes en la industria láctea en Ecuador. La mayor de ellas es Nestlé DPA con una producción de 300 mil litros de leche diaria. Otras empresas grandes son: Andina, con una producción de 110 mil litros de leche diarios; Nutrileche, empresa del Sur de Ecuador, con una producción de 140 a 160 mil litros de leche diaria; Reyleche y Pasteurizadora Quito que producen de 160 a 180 mil litros de leche diaria cada una; y Tony Yogurt ubicada en Guayaquil y especializada en la elaboración de yogurt y bebidas.

Entre las empresas medianas se encuentran: El Ranchito con una producción de 80 a 100 mil litros diario y Lácteos Tanicuchi, con unos 50 mil litros de leche diarios procesados en yogurt, quesos y leche fluida pasteurizada en funda de polietileno; Ecuallac, con una producción de 30 a 40 mil litros de leche diarios; La Finca con unos 15 mil litros. También se encuentra un sin número de plantas artesanales dedicadas a la producciones de quesos frescos con una producción diaria de hasta 10 mil litros diarios.

En los últimos años, Ecuador ha presentado una bonanza para las fábricas de productos alimenticios, los precios de los productos se han dolarizado y como consecuencia, los márgenes de utilidad son relativamente satisfactorios, por ejemplo, las empresas que no tienen elevados gastos financieros, en un litro de leche pasteurizada obtienen, en promedio, una ganancia aproximada de cinco a ocho centavos de dólar.

Las posibilidades de crecimiento para el mercado ecuatoriano se colocan, según diferentes empresas, en la producción en general de bebidas lácteas abarcando todos los sectores económicos ecuatorianos. Asimismo, la industria láctea debe dar mayor énfasis al procesamiento, la calidad y el precio del producto para tener la capacidad de exportar cuando existan sobrantes de materia prima, evitando vencimientos en la producción.

Como parte importante de esta investigación, Industria Alimenticia realizó un recorrido por diversas empresas lácteas ecuatorianas para conocerlas detalladamente; a continuación algunas de ellas.

ANDINA

Una de las empresas más industrializadas en Ecuador es Andina. Durante sus 25 años de experiencia en el mercado lácteo, siempre ha mantenido una relación directa con los ganaderos, trabajan sólo con ordeña mecánica y cuentan en sitio con tanques fríos para que la leche tenga una excelente calidad.

La leche que es procesada por Andina es recibida en tanques isotérmicos con enfriadores de placas para mantener sano el producto “no podemos tener un buen producto si no tenemos una buena materia prima”, comenta el señor Álvaro Samper, gerente general de la empresa.

“Todo el proceso de Andina es realizado de forma automática y gracias al CIP los riesgos de contaminación cruzada son mínimos”, afirma el señor Samper, quien ha trabajado cerca de 30 años en la industria láctea ecuatoriana.

El personal de Andina realiza diversas pruebas antibióticas, de acidez, pH, control de agua, de alcohol que es una prueba de campo y de estabilidad proteica. Se realizan pruebas de acidez y si la leche está ácida se queda en las haciendas para ser inspeccionada y resolver el problema. Andina maneja una acidez de 1.44 gramos de ácido láctico por litro lo que da un pH de 6.67, cantidad ideal a la que se debe llegar.

Andina cuenta con un laboratorio en el que se realizan pruebas microbiológicas con métodos de cultivo tradicional y rápidos, estos últimos realizados con las Placas Petrifilm de 3M, consideradas confiables, rápidas y certeras por los trabajadores de la empresa ya que tan sólo se necesita de un espacio pequeño y una estufa o un mechero para realizar diferentes cultivos de microorganismos como coliformes, E. Coli, flora total, entre otros, comenta la gerente de la planta.

Con fuertes expectativas de crecimiento, “en Andina queremos tener una amplia distribución tanto a los segmentos altos como a los de bajos ingresos, estamos tratando que las autoridades nos permitan procesar leche de grasa vegetal, con proteínas de soya, maltodextrina y sueros para ofrecerlas a precios accesibles y lograr que los segmentos bajos aumenten su consumo lácteo y complementen su nutrición con nuestros productos de calidad”, finaliza el gerente general de Andina, Álvaro Samper.

PASTEURIZADORA QUITO

Una de las empresas grandes que incursionó de manera directa en el procesamiento de la leche UHT, es Pasteurizadora Quito, empresa que por 46 años ha formado parte de la industria láctea del país. Esta empresa que, con su Leche VITA PREMIUM —atiende el 80% del mercado en la Ciudad de Quito— está certificada bajo la norma ISO incluyendo su sistema de control vehicular satelital, que permite conocer la localización de sus tanques y así asegurar la calidad de su materia prima.

La Pasteurizadora Quito cuenta con una materia prima de la mejor calidad, debido a una tecnología de última generación que va desde el asesoramiento en la finca, manejo de ganado, ordeño mecánico, enfriamiento y transporte de la leche. Cuando visitamos la planta de proceso pudimos apreciar una higiene y limpieza digna de las mejores empresas del mundo; trabaja en diversas líneas de producción: leche pasteurizada, yogurt de diferentes sabores, quesos frescos, crema, dulce de leche, leche UHT en Sachet y brick, leche normal, semidescremada, descremada con fibra, deslactosada y leches saborizadas con chocolate, vainilla, naranja y frutilla (fresa).

“En lo referente a la línea de quesos frescos, la empresa ha establecido un departamento especial para su desarrollo y al cual recurren los estudiantes de diversas universidades de Ecuador a realizar el entrenamiento práctico para facilitar este aprendizaje”, comenta Don Carlos Granjas, gerente técnico de Pasteurizadora Quito.

Dentro de la maquinaria, Pasteurizadora Quito cuenta con dos envasadoras asépticas de bolsa ADIPACK, que garantiza la vida útil de la leche UHT en funda de 30 a 60 días sin refrigeración. Esto se logra gracias a la calidad del polietileno. “Cada máquina tiene capacidad de procesar 5.200 litros por hora. Con la introducción en el mercado local de

la leche UHT en funda, las ventas han crecido ya que somos más competitivos en el mercado y brindamos los productos que el consumidor solicita”, comenta el Ing. Carlos Granja.

Para satisfacer la demanda del mercado ecuatoriano, se han enfocado en la leche de bolsa UHT, porque tanto para el consumidor como para el comerciante, tiene mayores beneficios una leche de larga vida que no requiera de cadena de frío. Además, el 60% de la leche fluida que se comercializa en el país es en bolsa UHT.

Para Pasteurizadora Quito, el crecimiento dentro de la industria láctea va encaminado a la exportación. “Podemos cubrir el mercado nacional y tenemos excedentes en la producción que se pueden ofrecer al exterior”, comenta el Ing. Carlos Granjas.

Con este fin, están renovando sus equipos y acaban de adquirir de la firma ADINOX nuevos equipos de proceso y envasamiento asépticos para Sachets. Con esta nueva maquinaria que entrará en funcionamiento a principio de este año, Pasteurizadora Quito se enorgullecerá de encontrarse entre las empresas con los equipos de proceso más modernos de Latinoamérica.

EL RANCHITO

En el mercado ecuatoriano, El Ranchito es considerada una empresa mediana. Según una revista local, esta empresa en 2004 tenía el 80% del mercado de la zona de Cotopaxi, mientras que a nivel nacional se coloca en cuarto lugar.

El Ranchito comenzó como una empresa que producía quesos en forma artesanal. Hoy, sus líneas de producción comprenden: leche fluida pasteurizada en cartón y en funda de polietileno, yogurt en vaso y en funda, naranjadas y limonadas, quesos y mantequilla. “Está en proyecto desarrollar leche sabor chocolate y jugos en envase Tetrapack”, comenta el señor Nelson Guato, director de la empresa.

Una de las grandes ventajas de El Ranchito es la excelente calidad, el cuidado en la higiene y la comodidad que maneja en sus precios. “En nuestro proceso de producción de lácteos, adquirimos materia prima de calidad, que inmediatamente es sometida a un proceso de higienización; realizamos análisis para conocer el estado de la leche y pagamos

por la mayor calidad. Observamos sus proteínas, reductasa, acidez, higiene y si la leche no cumple con nuestros parámetros de calidad no se adquiere”, finaliza el señor Guato.

ECUALAC

Ecialac es ejemplo de una empresa lechera mediana. “La empresa nació en 2004, por la necesidad de procesar la leche que producíamos y entregar productos de calidad al mercado ecuatoriano”, comenta la señora Ana Yolanda Suárez, propietaria de la empresa.

La producción diaria de Ecialac es de 35 mil litros de leche diarios en total; de esta cantidad 5 mil litros se destinan para procesar derivados como el yogurt y quesos, y los 30 mil restantes se utilizan para leche UHT ultrapasteurizada en funda. Los productos de Ecialac son distribuidos directamente por la empresa a provincias como Pichincha, Imbabura, Esmeraldas, Guayas y Manta.

Son tres líneas de producción con las que cuenta la empresa: leche fluida pasteurizada y ultrapasteurizada, quesos y yogurt. Sin embargo, se está pensando sacar una cuarta línea que será de dulce de leche, conocido en el mercado ecuatoriano como “el manjar”.

En un comienzo Ecialac sólo se dedicó a la elaboración de quesos, “pero, gracias al excelente asesoramiento del ingeniero Mittaz, de la empresa Adinox, iniciamos un proyecto para producir leche con un esterilizador de placas HTST y posteriormente adquirimos un ultrapasteurizador multitubular de última generación Adinox, para fortalecer la empresa y brindar mayor calidad al consumidor”, comenta la señora Suárez.

Fue una experiencia muy ilustrativa y agradecemos a las empresas que nos abrieron sus puertas para llevar a feliz término este reportaje, que le puede dar una mejor idea a nuestros lectores de lo que es hoy la industria láctea ecuatoriana. IA

MAQUINARIA ADINOX

Dedicada desde hace 25 años a la importación y construcción de maquinaria italiana diseñada exclusivamente para la industria láctea, alimenticia y de bebidas en América Latina, Adinox es una empresa establecida en Ecuador, que brinda servicio a la mayoría de las 32 empresas lácteas ecuatorianas.

La política de Adinox es asesorar al cliente de la mejor manera, brindarles apoyo en sus proyectos y realizar el presupuesto real en cuanto a maquinaria y costos de instalación. Sus líneas de negocios son las ventas de homogeneizadores, pasteurizadores, esterilizadores, UHT, centrífugas, bactofugadoras, válvulas, accesorios, instalaciones, entre otros servicios.

La empresa se caracteriza por la calidad de su maquinaria, por la atención al servicio de los clientes y la certeza en las fechas de entrega. “Nuestra fuerza es el cumplimiento y la sinceridad en el asesoramiento del cliente”, comenta Roger Mittaz quien realizó estudios de agronomía e ingeniería en alimentos con especialización en maquinaria para la industria en la Universidad Politécnica Federal de Suiza.

El ingeniero Mittaz llegó hace aproximadamente 32 años a Ecuador, a través de un programa de cooperación técnica realizado por el gobierno suizo que pretendía capacitar al personal de las fábricas lácteas.

Con la experiencia y los conocimientos que el ingeniero Mittaz adquirió al trabajar para una firma europea, al terminar el programa se estableció en Ecuador para laborar en la industria láctea considerando que el proceso de leche europeo o americana es muy distinto al que se realiza en Latinoamérica, “en Suiza, Alemania o Estados Unidos tenemos de 12 mil a 20 mil unidades formadoras de colonias por mililitro al ordeño, mientras que en Ecuador va de 1 millón a 10 millones. Por lo tanto si en Europa se necesita una centrífuga de 10 mil litros por hora, se diseña una maquinaria para esa capacidad, en cambio aquí, debido a las condiciones de la leche se necesita una centrífuga con el 30 ó 40% de capacidad adicional y un ángulo de clarificación más agudo para poder realizar el mismo proceso”.

Actualmente Adinox es uno de los principal proveedor de maquinarias para la industrias lácteo del Ecuador y se enorgullece de contar como fieles clientes a la Pasteurizadora Quito, Reyleche, Nestlé Ecuador, Nutríleche, DPA, Dulac, La Finca, Gloria, Parmalat, Prolac, El Ranchito, Lácteos Tanicuchi, Ecuallac, etc.

Uno de los fieles clientes ecuatorianos de Adinox es el señor Ricardo Chancusig, propietario de la empresa Lácteos Tanicuchi y quien muestra su beneplácito por la maquinaria y el asesoramiento que se le ha brindado. “Gracias a los servicios de Adinox, estamos ingresando a la industria láctea con maquinaria UHT para ofrecer al mercado ecuatoriano leche en funda de polietileno. Nosotros comenzamos elaborando quesos artesanalmente y hoy en día somos una industria que está creciendo en calidad y producción”, comenta el señor Chancusig.

Tanicuchi actualmente produce cerca de 50 mil litros de leche diaria, incluidos los productos derivados. “Estamos comprando la materia prima en el sector Cotopaxi y en Pichincha, y ponemos gran empeño para mejorar la calidad del producto, Adinox acaba de instalarnos una Clarificadora — Bactofugadora autodeslodge de última generación, que nos permite eliminar en 100% la impureza de la leche y de reducir la carga bacteriana y las esporas contenidas en la leche en un 99%”, comenta el propietario de la empresa.

Otra compañía láctea que cuenta con maquinaria Adinox es El Ranchito, la cual considera que el apoyo de Adinox ha sido de utilidad porque mediante sus máquinas sofisticadas, la asesoría adecuada, el servicio y la confianza que les brinda, han logrado establecerse firmemente con un negocio lácteo con un mayor aprovechamiento en el proceso de la leche y derivados, con una mayor producción, alta calidad en el producto y un precio accesible, para que un mayor número de consumidores ecuatorianos comiencen a consumirlos.

Por su parte, para la señora Ana Yolanda Suárez, propietaria de la empresa Ecuallac manifiesta que Adinox “ha sido un gran apoyo porque su maquinaria es eficiente, el asesoramiento es confiable y el soporte técnico que nos brinda siempre es de primera calidad”. (Alimenticia, 2007)

2.2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

2.2.1 Antecedentes Históricos ECUALAC

Hace 13 años atrás, en la ciudad de Machachi ubicada en el cantón Mejía en la provincia de Pichincha. Una mujer emprendedora, ANA YOLANDA SUÁREZ, bajo una visión clara y gran amor a la patria crea **ECUALAC**, empresa dedicada a la elaboración de productos lácteos.

De manera inmediata, realiza los trámites pertinentes regulados por el gobierno para registrar la marca **Zuu...** y el eslogan “**Creciendo Juntos Sanamente**”, elementos visuales que se convierten en la imagen e identidad de los productos **ECUALAC**. Luego, invierte en una marmita de pasteurización y el 12 de septiembre del 2003, **ECUALAC** abre sus puertas, con 5 colaboradores y su propietaria. Meses después, esta mujer emprendedora recibe la visita del Ing. Roger Mittaz quien propone invertir en un equipo de pasteurización de última tecnología.

Durante estos 13 años, de arduo trabajo, Ana Yolanda Suárez supervisó cada proceso para el adecuado desarrollo de los diferentes productos **Zuu...** con la colaboración de un gran equipo humano. Dicha disciplina y tenacidad, sin apoyo gubernamental, permiten a **ECUALAC** contar con certificación en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), una política de seguridad y responsabilidad social.

Actualmente, la empresa genera trabajo directo para 60 personas del sector y cientos de indirectos a nivel nacional. Ana Yolanda Suárez, gerente y propietaria de **ECUALAC** se manifiesta complacida por los retos alcanzados y expresa continuar con el mismo compromiso para llevar a **ECUALAC** y productos **Zuu...** a los más altos estándares de calidad para beneficio de los ecuatorianos.

2.2.2 Base legal

2.2.2.1 Misión

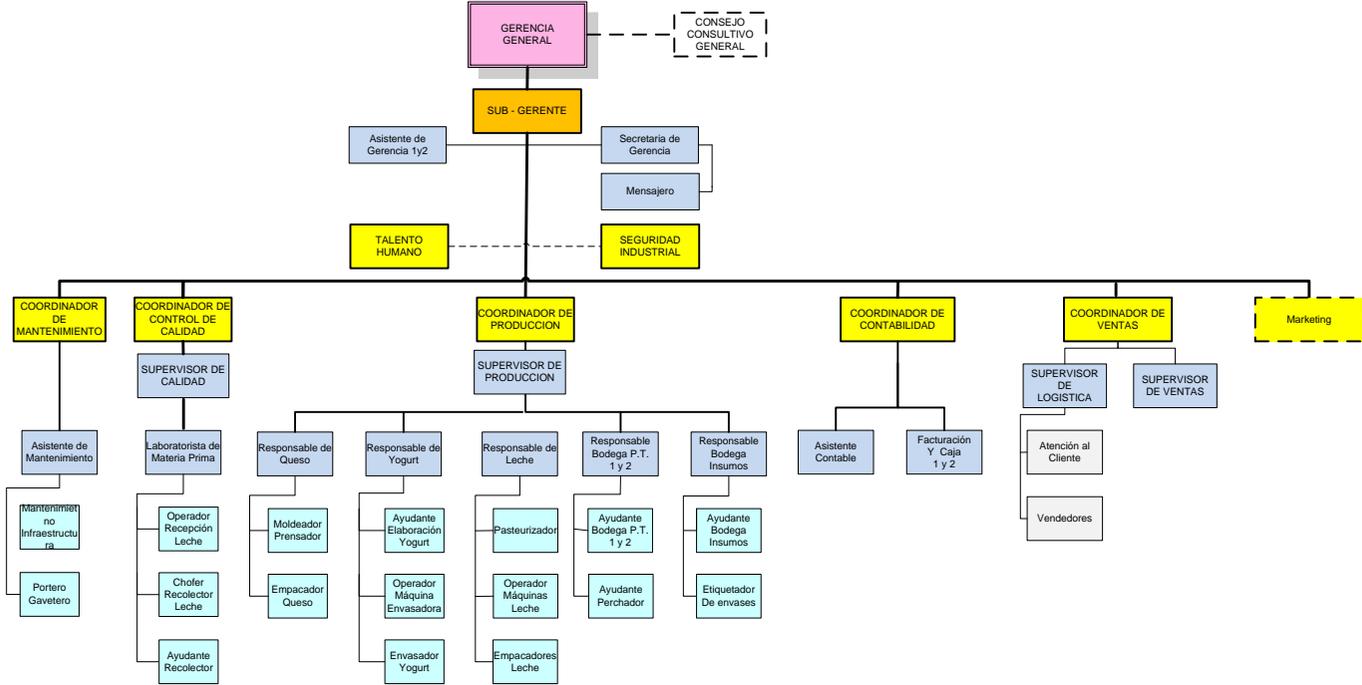
ECUALAC es una empresa proactiva dedicada a la elaboración y comercialización de productos lácteos y sus derivados, que contribuye al desarrollo económico - humano de la comunidad ecuatoriana y satisface las necesidades del mercado con responsabilidad y compromiso medioambiental.

2.2.2.2 Visión

Ser la empresa líder en la producción y comercialización de lácteos a través de la innovación continua, la implementación de normas y estándares de calidad y servicio a fin de ser la mejor opción en el mercado nacional e internacional.

2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL "ECUALAC 2016"



Fuente: Empresa ECUALAC
Año: 2016

2.3.1 Gerencia General

Gerente Propietaria Ana Yolanda Suárez: Encargada de la gerencia y administración de la empresa, su función es planear y desarrollar metas a corto y largo plazo, tomar decisiones, designar cada una de las posiciones de trabajo y coordinar con las oficinas un buen desenvolvimiento laboral.

2.3.2 Sub – Gerencia

Es la mano derecha del Gerente General que se encarga de buscar nuevos clientes para llevar a cabo nuevos negocios, también ayuda en la toma de decisiones para un mejor crecimiento empresarial.

2.3.3 Talento Humano

Es la persona que tiene en su poder la capacidad de seleccionar al personal. Además esta persona planea, organiza y desarrolla técnicas que promueven un excelente desempeño de cada uno de los colaboradores de la empresa, generando así actitudes positivas en los mismos para un buen ambiente de trabajo.

2.3.4 Seguridad Industrial

Persona responsable de velar por la seguridad de los colaboradores de la empresa, su función es dotar de todo el equipo de seguridad industrial a cada empleado con el fin de minimizar los riesgos laborales y de esta manera evitar accidentes.

2.3.5 Coordinador de Mantenimiento

Sujeto a cargo de controlar y garantizar las actividades de reparación y mantenimiento de los equipos y maquinarias de la instalación con el propósito de dotar a la empresa de un correcto funcionamiento.

2.3.6 Coordinador de Control de Calidad

Es aquella persona delegada para respaldar y dar seguimiento a la calidad de cada producto elaborado por la empresa, con el objetivo de superar satisfactoriamente las auditorías de calidad. Además tiene la potestad de aprobar o rechazar las materias primas, envase o empaque del producto de acuerdo a las formalidades exigidas por los organismos gubernamentales y verificar el cumplimiento de las buenas practicas de manufactura.

2.3.7 Coordinador de Producción

Persona responsable de organizar y asegurar la entrega de los producto en el momento oportuno.

2.3.8 Coordinador de Contabilidad

Sujeto encargado de elaborar los informes y balances financieros con su respectivo análisis para ser presentados a tiempo ante las entidades de control y vigilancia.

2.3.9 Coordinador de Ventas

Es aquel individuo que se encarga de receptar todos los pedidos por parte de los clientes para realizar la respectiva entrega de los productos a quien corresponda, esta persona lleva un registro en el cual se verifica si se han cumplido o no sus expectativas de ventas.

2.3.10 Marketing

El Departamento de Marketing identifica oportunidades de negocio ya que éste se responsabiliza del aspecto de promoción y publicidad, a través de los medios de comunicación para llegar a las personas, razón por la cual aquí se identifican las necesidades, cambios y tendencias en el mercado para ofertar un producto que sea de gran aceptación en el mismo.

2.4 LOGOTIPO DE LA EMPRESA ECUALAC



Fuente: Empresa ECUALAC

Año: 2016

2.5 PRODUCTOS

2.5.1 Queso Mozzarella

El queso mozzarella que elabora la empresa Ecuálac es de 500 gramos, siendo procesado medio en grasa, medio en sal y bajo en azúcar.

2.5.2 Leche

La leche que produce la empresa Ecuálac es entera, light y UHT de 1lt, debido a los diferentes gustos y preferencias por parte de los consumidores esta industria láctea los toma en cuenta para llegar al mercado.

2.6 CLIENTES

Los fieles clientes de la empresa Ecuálac, son distribuidores mayoristas tales como: Supermaxi, Supermercados Santa María, Akí, Tía y tiendas minoristas.

2.7 PROVEEDORES

Los principales proveedores de la empresa Ecuálac son personas que se dedican al sector ganadero y agroindustrial como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla N°. 3: Proveedores

MATERIA PRIMA	PROVEEDOR
Sal	Mariana Calderón
Leche	Nancy Albuja María Altamirano Fernando Andrango Alonso Barba María Chamorro Carlos Flores Salomón Gordillo Nicanor Jácome Maritza Llumiugsi Cruz Quinaluisa Guido Valencia Luz Guevara Grace Salazar Carlos Yánez
Cloruro de Calcio	Tencnilak
Cuajo	Cransa
Tecniaromas	Saborizantes y Colorantes

Fuente: Empresa Ecuallac

Elaborado por: Jasmín Iza

Año: 2017

2.8 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.8.1 Exportación:

Operación que supone la salida de mercancías de un territorio aduanero y que produce como contrapartida una entrada de divisas. (Osorio Arcila, 2006, pág. 167)

2.8.2 Importación:

Entrada en territorio nacional de bienes o servicio adquiridos en otro país acompañada de una salida de divisas como contrapartida. Es la compra de mercaderías que un país efectúa en otro. (Pujol Bengoechea, 2000, pág. 214)

2.8.3 Canal de Distribución:

Se llama canal de distribución al número de intermediaries que hacen posible que los productos y servicios de la empresa exportadora puedan estar a disposición d los clients y distribuidores. (Martín Martín & Martínez Gormaz, 2012, pág. 83)

2.8.4 Mercado:

En épocas antiguas se denominó así al lugar físico donde se encontraban vendedores y compradores. Hoy en día, con el desarrollo de las comunicaciones, el término se ha ampliado considerablemente, estando conformado el mercado por el área dentro de la cual las dos fuerzas o partes que intervienen en él: la oferta y la demanda, están en contacto por alguno de los medios de comunicación, y donde las transacciones tienen lugar. Hoy puede decirse que el mercado no tiene fronteras ni delimitación física o de lugar y lo conforma el conjunto de circunstancias, medios y elementos que acercan la oferta y la demanda. (Osorio Arcila, 2006, pág. 224)

2.8.5 Estudio de Mercado:

Análisis y conclusiones obtenidas d los datos procedentes de estadísticas, encuestas, etc., realizados acerca de las necesidades y gustos de los consumidores, así como de la posibilidad de compra de un producto. Investigación de Mercado. (Pujol Bengoechea, 2000, pág. 175)

2.8.6 Costo:

Es la suma de esfuerzos y recursos que se invierten para producir u obtener algo. (Anda Hernández , 2007)

2.8.7 Ingreso:

Los ingresos son incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en portaciones, monetarias o no, de los socios o propietarios. (Nuñez, 2012)

2.8.8 Competitividad:

Modelo analítico de la forma pura que asumirá el mercado si se cumplieran las siguientes condiciones: que existieran muchos vendedores de productos absolutamente idénticos en relación con las ventas totales; que los compradores y vendedores fueran absolutamente consientes de los precios y oportunidades existentes en todas partes; que ningún vendedor pudiera crecer hasta dominar el mercado; y que no existieran obstáculos al movimiento de los factores de la producción. (Osorio Arcila, 2006, pág. 91)

2.8.9 Incoterms:

Siglas en inglés International Commercial Term (Términos Comerciales Internacionales), publicados en 1936 por la Internacional Chamber of Commerce (Cámara de Comercio Internacional), cuyo fin es ayudar tanto al vendedor como al comprador en su negociación de comercio exterior, así como para precisar el contrato de compra – venta. En cada uno de ellos se consideran derechos y obligaciones de las partes para delimitar responsabilidades. (García Fonseca, 2004, pág. 105)

2.8.10 Oferta:

Por oferta se entiende la cantidad de un producto, que los productores estarían dispuestos a producir y ofrecer a los compradores, en un momento dado, en un cierto lugar y a una serie de precios determinados.

La cantidad de un producto que será producido y ofrecido en venta varía en razón directa a los precios. (Osorio Arcila, 2006, pág. 241)

2.8.11 Demanda:

La cantidad de una mercadería o servicio que se comprará a un precio determinado y en un tiempo dado. La demanda teórica corresponde a las necesidades de abastecimiento, y la demanda efectiva lleva envuelta la necesaria disponibilidad de capacidad de pago, para que la necesidad sea efectivamente satisfecha. (Osorio Arcila, 2006, pág. 142)

2.8.12 Productividad:

Es el incremento simultáneo de la producción y el rendimiento debido a la modernización y a la mejora de los métodos de trabajo. Relación entre los factores de la producción utilizados y el resultado obtenido. (Osorio Arcila, 2006, pág. 272)

2.8.13 Arancel:

Impuesto a satisfacer para poder trasladar una mercancía de un país a otro. Recogidas en las tablas arancelarias de cada país, las tarifas aduaneras suponen un obstáculo a la importación de bienes extranjeros, con ánimo de proteger la economía nacional. Además, son una forma de castigar a aquellas empresas extranjeras que imponen unos precios de venta muy altos a sus filiales establecidas en otros países. (Pujol Bengoechea, 2000, pág. 41)

2.8.14 Inversión:

Es un fenómeno monetario, por medio del cual se obtiene una rentabeneficio, con un margen de riesgo sumamente estrecho. La inversión crea fuentes de trabajo, produce salarios y utilidades y es un factor determinante para el desarrollo económico y social de un país. (Osorio Arcila, 2006, pág. 200)

2.8.15 Lácteos:

Un lácteo es perteneciente o relativo a la leche es decir se deriva de la leche como son el caso del queso y el yogur, son un grupo de alimentos que por sus características nutricionales son muy básicos y completos ya que se encuentran equilibrados en composición de nutrientes. (Osorio Arcila, 2006)

2.8.16 Acuerdos Comerciales:

Son tratados bilaterales o multilaterales que comprometen a dos o más naciones a condiciones comerciales específicas que por lo general incluyen concesiones mutuamente benéficas. (García Fonseca, 2004, pág. 219)

2.9 HIPÓTESIS

2.9.1 Hipótesis General

Elaborar un Proyecto de Exportación de Queso Mozzarella determinando costos y gastos que permitirán a la empresa Ecuilac, ubicada en el cantón Mejía expandirse al mercado internacional estadounidense.

2.9.2 Hipótesis Específicas

Al conocer la fundamentación teórica y técnica del comercio internacional permitirá tener los conocimientos necesarios.

Al realizar el diagnóstico interno de la empresa Ecuilac, se conocerá si cubre la demanda local a través del estudio de mercado

La evaluación económica y financiera determinará la viabilidad del presente Proyecto de exportación del queso mozzarella al mercado de New York – Estados Unidos.

2.10 VARIABLES

2.10.1 Variable Independiente

Elaboración del proyecto de exportación de queso mozzarella.

2.10.2 Variable Dependiente

Expandirse hacia el mercado internacional estadounidense.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 Investigación Bibliográfica

Este tipo de investigación permitirá elevar el nivel de conocimiento sobre el tema objeto de estudio, misma que dotará de toda la información necesaria a través de investigaciones ya existentes, teorías, ideas a defender, resultados; técnicas e instrumentos tales como internet, libros, tesis, folletos, etc., que son utilizadas por el investigador para indagar en el tema propuesto.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para la realización del presente proyecto se aplicarán los siguientes tipos de investigación:

3.2.1 Investigación Descriptiva

En este tipo de investigación se podrá examinar y analizar los datos y hechos de forma detallada ya que estos deberán tener un impacto en la vida de las personas, así también la investigación descriptiva permite determinar y conocer la situación, estructura y comportamiento, mediante la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

3.2.2 Investigación Exploratoria

Esta investigación nos ayudará a comprender la posición real en la que se desarrolla el problema de investigación, en la empresa Ecuilac, ubicada en el cantón Mejía, provincia de Pichincha, la cual permitirá definir el proyecto de exportación de Queso Mozzarella, ya que se lo considera el medio más apto para que el producto llegue a su destino.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Unidad de Estudio

La unidad de estudio está dirigida directamente a los proveedores de leche y a los miembros de la empresa Ecuilac, así también a todas las entidades de Comercio Exterior en el país, mismos que poseen información en relación al producto.

3.3.2 Universo

Dentro de esta investigación el universo son todas las personas del área administrativa y productiva que conforman la empresa Ecuilac.

3.3.3 Muestra

La muestra es de 15 personas, dentro de la presente investigación no es necesaria aplicar la fórmula, debido a que su universo es pequeño y se lo puede desarrollar con los miembros administrativos que conforman el universo, mismas que proporcionarán la información que se requiere para llevar a cabo la presente investigación, ya que la población total suman 65 personas.

Tabla N°. 4: Personas encuestadas

N°	CARGO	NOMBRE Y APELLIDO
1	Gerente Propietaria	Ana Yolanda Suárez
2	Sub-Gerencia	Katherine Guato
3	Seguridad Industrial	Cristian Torres
4	Talento Humano	Sofía Santanas
5	Coordinador de Producción	Patricio Ibarra
6	Coordinador de Calidad	Paúl Llano
7	Mantenimiento	Segundo Toapanta
8	Responsable de la Leche	Luis Tutasig
9	Responsable del Yogurt	Patricio Guanoluisa
10	Responsable del Queso	Fernando Arguero
11	Responsable de Bodegas e Insumos	Darwin Naula
12	Responsable del Producto Terminado	Teresa Guacapiña
13	Contabilidad	Jenny Camacho
14	Ventas	Carlos Chimba
15	Marketing	Marcelo Taco

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuallac

Elaborado por: Jasmín Iza

Año: 2017

3.4 MÉTODOS

3.4.1 Método Inductivo

El método inductivo es aquel método científico que consigue conclusiones generales a partir de ideas a defender particulares. Este método es el más ordinario, en el que se pueden distinguir cuatro pasos esenciales: la observación de hechos para su inspección, la clasificación y el estudio de los hechos, la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la verificación.

3.4.2 Método Deductivo

Este método parte de aspectos generales, aquí se establecerán resultados particulares; el método deductivo se aplica principalmente para la interpretación de datos socio – económicos de la población para analizar su comportamiento y sus tendencias al momento de producir, consumir productos y asimilar procesos organizativos.

3.5 TÉCNICAS

3.5.1 Encuesta

Las encuestas nos proporcionarán información, la cual será de gran ayuda al momento de desarrollar la investigación. Esta técnica tiene varias ventajas ante otras ya que permite reunir una gran cantidad de información en poco tiempo, a pesar de la gran cantidad de personas y la variedad de preguntas que puede incluir el cuestionario. Es muy útil porque a su vez permite obtener casi cualquier tipo de información, incluyendo datos de hechos pasados y la recolección, contabilización, procesamiento y análisis de la información es sencillo de realizar.

3.5.2 Entrevista

Una entrevista es una interacción social entre dos o más individuos, en la cual una persona responde a una interrogación estructurada sobre un tema en especial. La entrevista es considerada como la técnica más eficiente ya que al ser un acto comunicativo de pregunta y respuestas que permiten la recolección de información que se desea saber. La administración de las preguntas se hace en base a una cédula o programa de entrevista. La información que se consiga por medio de esta técnica puede ser registrada de forma escrita o electrónica.

3.6 INSTRUMENTOS

- Guía de encuestas
- Guía de entrevistas
- Guía de Observación directa.

3.7 RESULTADOS

Para sustentar el presente Trabajo de Titulación se realizó encuestas a los miembros del área administrativa de la empresa Ecuilac con una base de 12 preguntas esenciales que servirán de guía para la verificación.

3.7.1 Tabulación de Encuestas

PREGUNTA N° 1

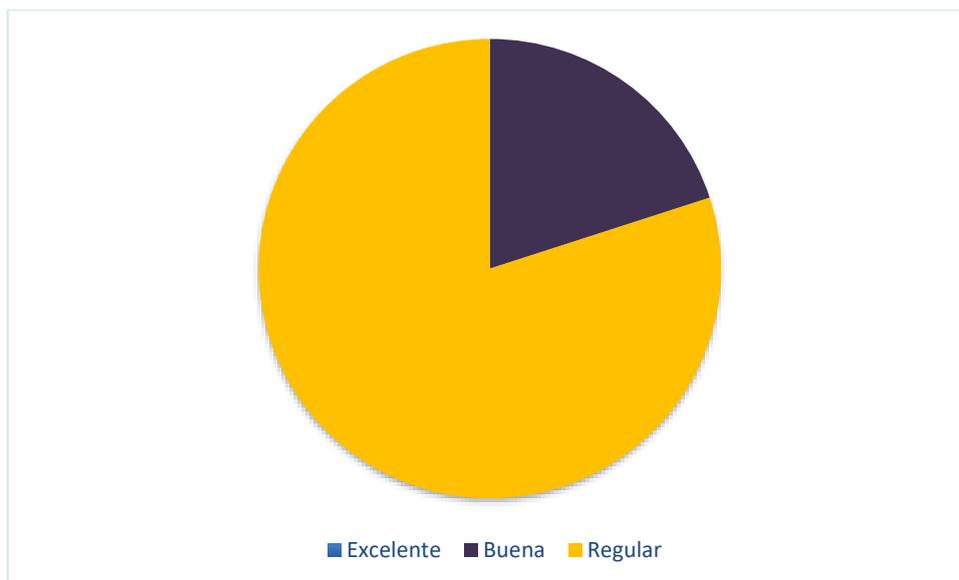
¿Cómo cataloga usted a la empresa Ecuallac en la experiencia de Comercio Exterior?

Tabla N°. 5: Experiencia de la empresa Ecuallac en el exterior

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Buena	3	20%
Regular	12	80%
TOTAL	15	100%

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuallac
Elaborado por: Jasmín Iza
Año: 2017

Gráfico N°. 3: Experiencia de la empresa Ecuallac en el exterior



- a) **Análisis:** El 20% de las personas encuestadas catalogan a la empresa en temas de Comercio exterior como Buena, mientras que el 80% respondió que es Regular.
- b) **Interpretación:** Dado a estos resultados se puede determinar que a la empresa Ecuallac aún le falta dotarse de información en temas de Comercio Exterior, para desenvolverse correctamente en el campo de exportación.

PREGUNTA N° 2

¿La empresa se ha encontrado con algún tipo de inconveniente al momento de exportar?

Tabla N°. 6: Inconveniente de la empresa al momento de exportar

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	40%
No	9	60%
TOTAL	15	100%

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuacac
Elaborado por: Jasmín Iza
Año: 2017

Gráfico N°. 4: Inconveniente de la empresa al momento de exportar



- a) **Análisis:** Los resultados obtenidos indican que el 40% del personal administrativo afirman que tienen inconvenientes al momento de realizar la exportación. Por otro lado el 60% de estas personas dicen que No hay inconvenientes.
- b) **Interpretación:** Los resultados obtenidos señalan que nos encaminamos correctamente ya que al no tener inconvenientes será aún más factible ejecutar una exportación.

PREGUNTA N° 3

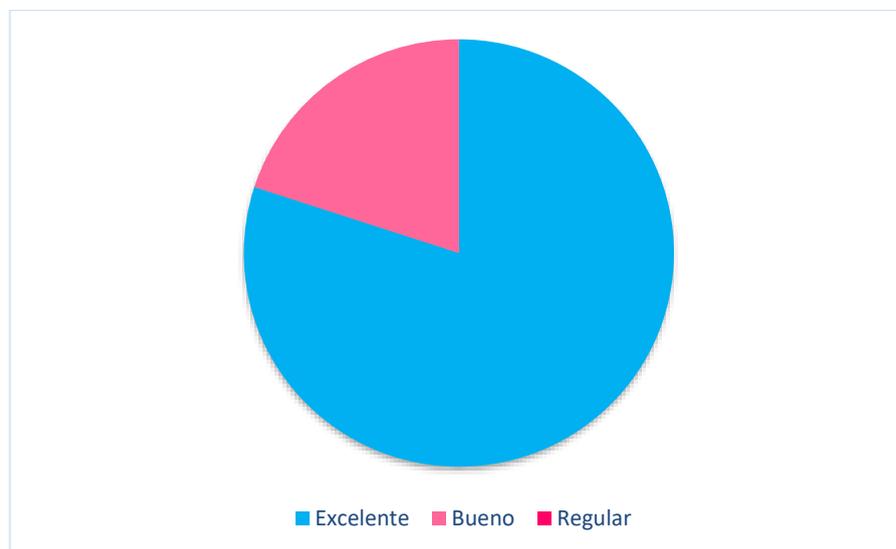
¿De acuerdo a la norma INEN 09 cómo califica usted el queso mozzarella que elabora la empresa Ecuacac, siendo 3.33 el parámetro mínimo para un buen rendimiento del queso?

Tabla N°. 7: Cómo califica usted el queso mozzarella que elabora la empresa Ecuacac

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	12	80%
Bueno	3	20%
Regular	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuacac
Elaborado por: Jasmín Iza
Año: 2017

Gráfico N°. 5: Cómo califica usted el queso mozzarella que elabora la empresa Ecuacac



- Análisis:** De las personas encuestadas el 80% respondieron que el queso mozzarella es excelente; sin embargo el 20% calificaron al producto como Bueno.
- Con las cifras obtenidas se respalda la investigación ya que el queso mozzarella que elabora la empresa Ecuacac del canton Mejía será reconocido en el Mercado internacional.

PREGUNTA N° 4

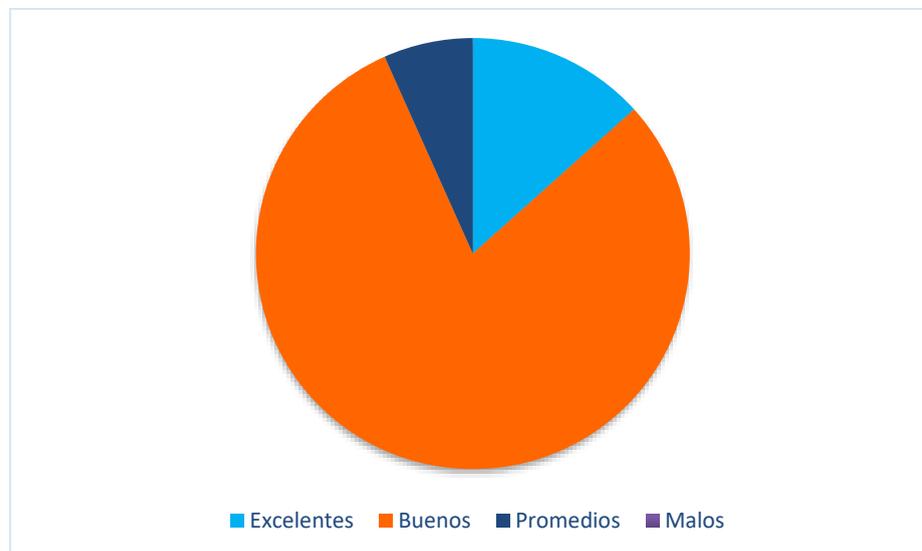
¿Cómo califica usted los tiempos y movimientos en la producción del queso mozzarella?

Tabla N°. 8: Cómo califica usted los tiempos y movimientos en la producción del queso mozzarella

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelentes	2	13%
Buenos	12	80%
Promedios	1	7%
Malos	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuallac
Elaborado por: Jasmín Iza
Año: 2017

Gráfico N°. 6: Cómo califica usted los tiempos y movimientos en la producción del queso mozzarella



- a) **Análisis:** Los resultados de esta pregunta refleja que los tiempos y movimientos son Buenos tanto así que esto lo dijeron el 80%. Por otro lado el 13% de los encuestados respondieron que son excelentes y el 7% dijo que son promedios.
- b) **Interpretación:** Dentro de los porcentajes conseguidos se determina que los tiempos y movimiento en la producción son aptos para que se procese el producto en grandes cantidades.

PREGUNTA N° 5

¿Con que frecuencia la empresa elabora el queso mozzarella?

Tabla N°. 9: Con que frecuencia la empresa elabora el queso mozzarella

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	13	87%
Semanal	2	13%
Mensual	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuilac
Elaborado por: Jasmín Iza
Año: 2017

Gráfico N°. 7: Con que frecuencia la empresa elabora el queso mozzarella



- a) **Análisis:** En cuanto a esta pregunta los resultados fueron positivos ya que el 87% de los encuestados respondieron que la empresa produce el queso diariamente. Por otro lado el 13% contestó que semanalmente.
- b) **Interpretación:** Estos resultados muestran una gran oportunidad, puesto a que demuestran que la empresa es capaz de exportar su producto a otro país.

PREGUNTA N° 6

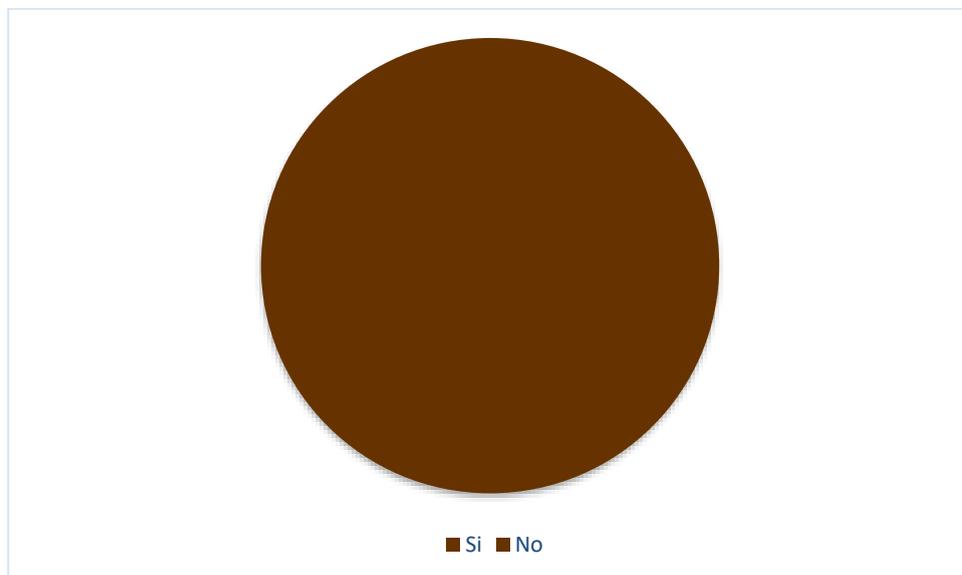
¿Con relación a la producción cree usted que la empresa Ecuilac tiene la capacidad para mantener la comercialización con mercados extranjeros?

Tabla N°. 10: Cree usted que la empresa Ecuilac tiene la capacidad para mantener la comercialización con mercados extranjeros

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	100%
No	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuilac
Elaborado por: Jasmín Iza
Año: 2017

Gráfico N°. 8: Cree usted que la empresa Ecuilac tiene la capacidad para mantener la comercialización con mercados extranjeros



- Análisis:** La respuesta de los encuestados fue que el 100% respondió que la empresa si es capaz de mantener la comercialización con mercados extranjeros.
- Interpretación:** A partir de esta respuesta positiva se respalda en absoluto que la exportación del queso mozzarella será factible.

PREGUNTA N° 7

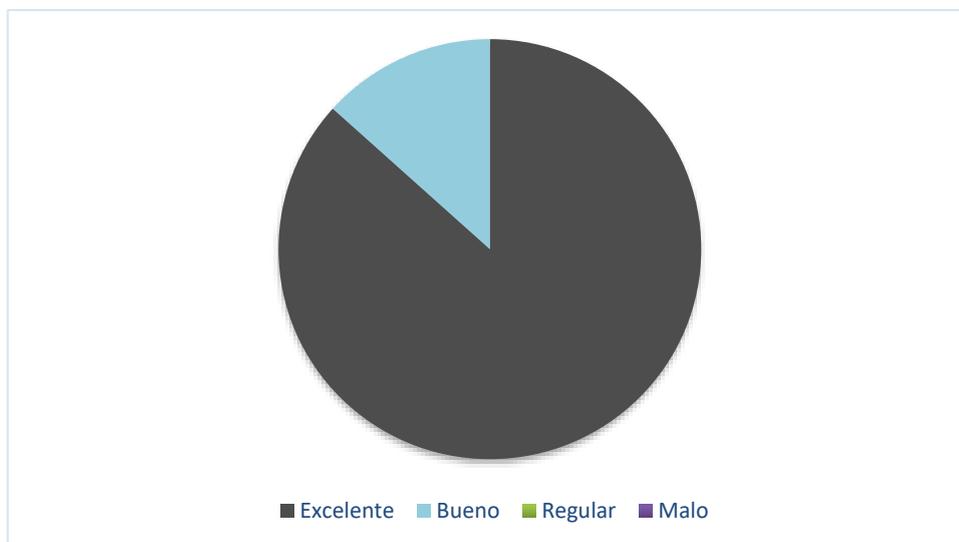
¿Cómo cataloga usted el sistema logístico de abastecimiento y distribución de productos terminados?

Tabla N°. 11: Cómo cataloga usted el sistema logístico de abastecimiento y distribución de productos terminados

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	13	87%
Bueno	2	13%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuacac
Elaborado por: Jasmín Iza
Año: 2017

Gráfico N°. 9: Cómo cataloga usted el sistema logístico de abastecimiento y distribución de productos terminados



- a) **Análisis:** Los resultados fueron satisfactorios ya que el 87% de las personas encuestadas respondieron que el Sistema logístico de abastecimiento y distribución de los productos terminados son excelentes, mientras que el 13% respondió que son Buenos.
- b) **Interpretación:** Estas conclusiones nos indican que el Sistema logístico utilizado por la empresa Ecuacac es excelente, ya que ha logrado entregar sus productos a tiempo, en el lugar y momento apropiado; razón por la cuál esto es benéfico para la empresa.

PREGUNTA N° 8

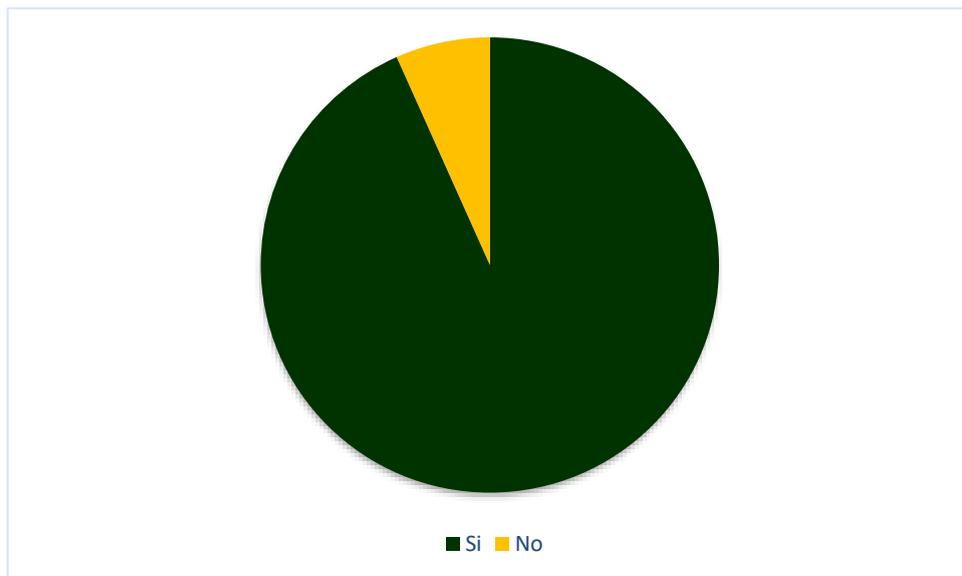
¿Conoce usted precios de productos iguales o similares en el mercado?

Tabla N°. 12: Conoce usted precios de productos iguales o similares en el mercado

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	14	93%
No	1	7%
TOTAL	15	100%

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuacac
Elaborado por: Jasmín Iza
Año: 2017

Gráfico N°. 10: Conoce usted precios de productos iguales o similares en el mercado



- a) **Análisis:** Los conocimientos son del 93% en cuanto a los precios de productos similares o iguales, sin embargo el 7% desconoce los mismos.
- b) **Interpretación:** El conocimiento de los precios en el mercado, permitirán darnos una idea de la competencia en productos iguales o similares que se demandan en el Mercado nacional.

PREGUNTA N° 9

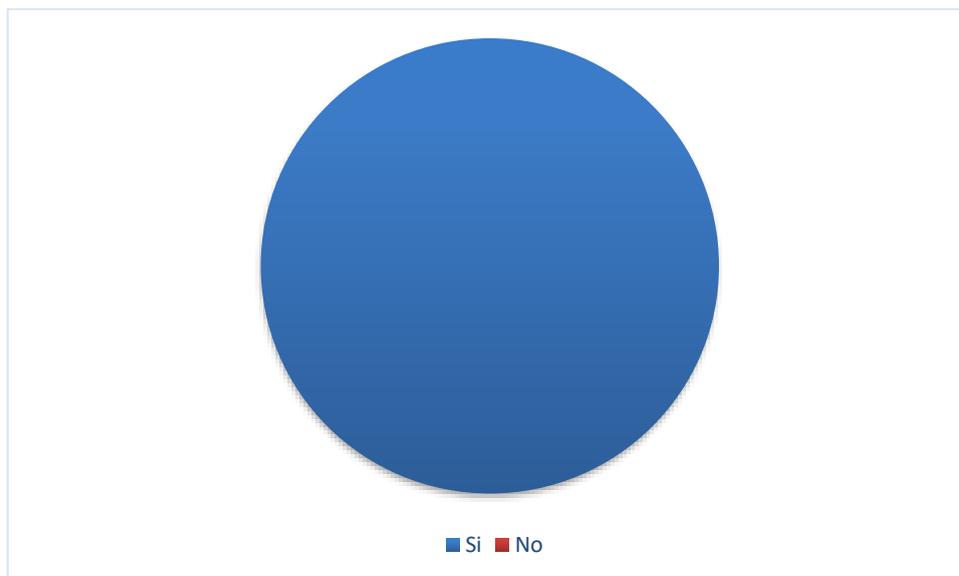
¿La empresa ha participado en ferias sectoriales para dar a conocer sus productos?

Tabla N°. 13: La empresa ha participado en ferias sectoriales para dar a conocer sus productos

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	100%
No	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuacac
Elaborado por: Jasmín Iza
Año: 2017

Gráfico N°. 11: La empresa ha participado en ferias sectoriales para dar a conocer sus productos



- Análisis:** El 100% de los resultados afirmaron que la empresa Ecuacac Si ha participado en la mayoría de ferias sectoriales que han dado lugar en el canton Mejía.
- Interpretación:** Es importante dar a conocer los productos que la empresa posee, para que las personas lo identifiquen frente a otros ya sea por su precio o calidad.

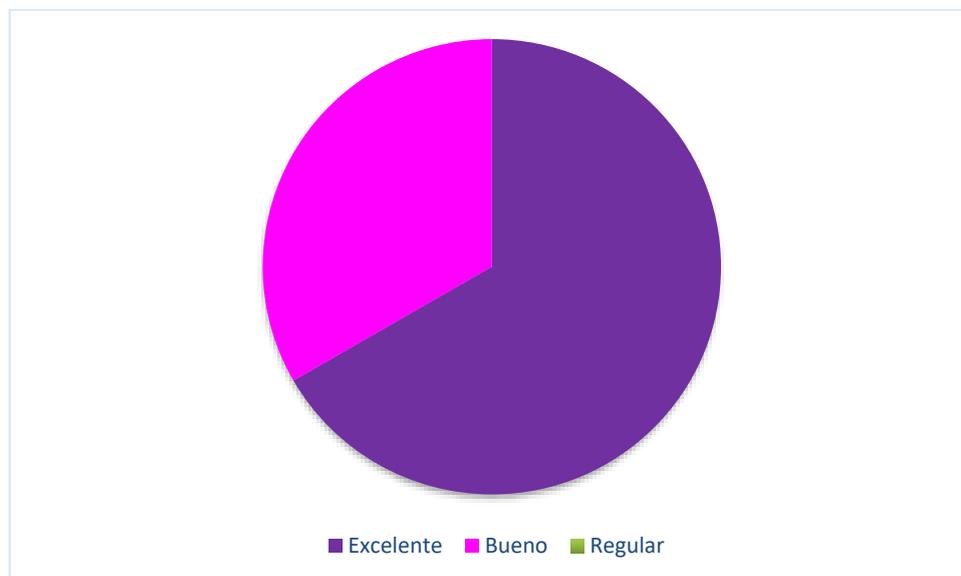
PREGUNTA N° 10

¿Cómo está el posicionamiento de la empresa en cuanto a su sistema y productos en el mercado nacional?

Tabla N°. 14: Cómo está el posicionamiento de la empresa en cuanto a su sistema y productos en el mercado nacional

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	10	67%
Bueno	5	33%
Regular	0	0%
TOTAL	15	100%
Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuilac		
Elaborado por: Jasmín Iza		
Año: 2017		

Gráfico N°. 12: Cómo está el posicionamiento de la empresa en cuanto a su sistema y productos en el mercado nacional



- a) **Análisis:** El 67% de los encuestados afirmaron que el posicionamiento de la empresa a nivel nacional es excelente, por otro lado el 33% dijo que es Bueno.
- b) **Interpretación:** Como se puede observar en los resultados correspondientes a la presente pregunta el posicionamiento de la empresa es excelente en el Mercado nacional, siendo esto un punto a favor de la empresa para ser reconocido en los mercados internacionales.

PREGUNTA N° 11

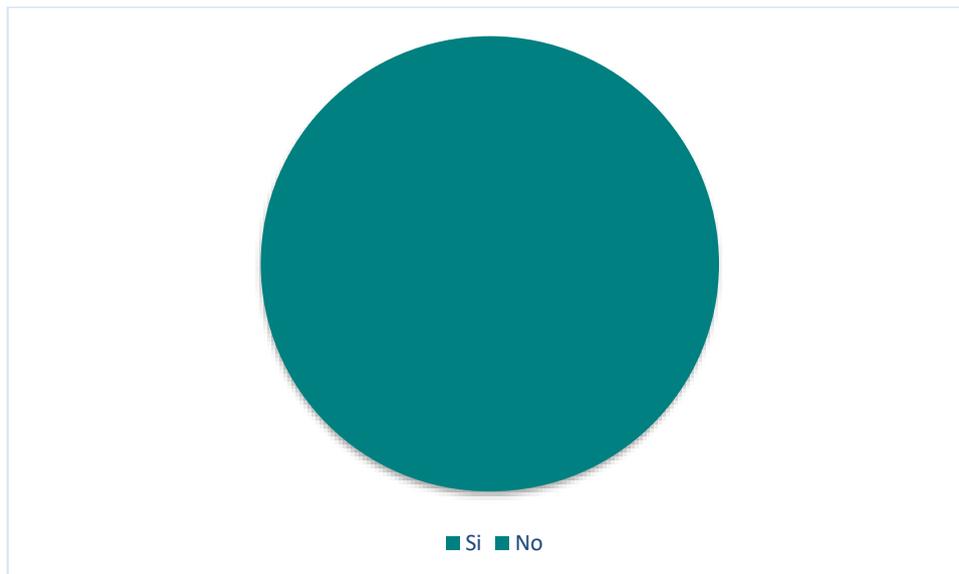
¿El retorno de la inversión es satisfactorio? O que criterio considera.

Tabla N°. 15: El retorno de la inversión es satisfactorio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	100%
No	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Área Administrativa de la empresa Ecuallac
Elaborado por: Jasmín Iza
Año: 2017

Gráfico N°. 13: El retorno de la inversión es satisfactorio



- a) **Análisis:** El 100% de las personas encuestadas respondieron que todo lo que se ha invertido se ha recuperado con el fin de lograr lucro para la empresa y ofertar productos de calidad y accesibles al Mercado.
- b) **Interpretación:** Las inversiones que se han realizado dentro de la empresa ya sea en maquinarias o en material prima para elaborar un product de calidad han tenido sus frutos, ya que todo lo invertido se a recuperado e incluso existen ganancias.

3.7.2 Resultados de las Entrevistas

Los resultados que se obtuvieron por medio de las entrevistas que se realizaron al personal del área administrativa de la empresa Ecuallac, se consiguió información verídica e indiscutible, misma que servirá para el estudio de la presente investigación.

3.7 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Con la información recolectada para la presente investigación se ha podido tener claros puntos que son de gran importancia tales como: oferta, precio, calidad y capacidad de la empresa Ecuallac, esta información vital ayuda a dar viabilidad y responder a nuestra hipótesis planteada, demostrando que tiene acogida para llevar a cabo el Proyecto de Exportación de Queso Mozzarella, permitiendo así a la empresa posicionarse en el medio exportador para llegar al mercado internacional.

Para ello están consideradas las encuestas realizadas a los miembros del área administrativa de la empresa Ecuallac, mismos que han demostrado un alto interés en elevar sus conocimientos para ser más competitivos en el ámbito empresarial, notándolos entusiasmados de poder brindar a sus clientes productos de calidad exportable, de manera sostenible y sustentable.

Así mismo, Ecuallac es una empresa con capacidad moral y productiva, ya que ha demostrado tener un alto compromiso y seriedad para ejecutar sus negocios en la comercialización y distribución de sus productos. Con el fin de ayudar a los productores de leche aledaños a la provincia de Pichincha, la empresa recibe materia prima de los mismos.

El presente Proyecto de Exportación beneficiará de forma directa a los miembros de la empresa Ecuallac y por ende a sus colaboradores, los proveedores; de esta manera se generará más plazas de empleo a las personas del cantón y provincia, obteniendo ingresos económicos que le permitirán mejorar la calidad de vida de cada uno. Razón por la cuál tienen el deseo de poder implementar el Proyecto de Exportación de Queso Mozzarella hacia el Mercado estadounidense.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE QUESO MOZZARELLA DESDE LA EMPRESA ECUALAC, UBICADA EN EL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA, HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - NEW YORK.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1 Mercado Objetivo

La Empresa Ecuálac para la exportación de queso mozzarella ha determinado su Mercado objetivo hacia Estados Unidos, específicamente al estado de New York, mismo que comprende los sectores Norte, Centro y Sur.

4.2.1.1 Indicadores socioeconómicos

En el siguiente gráfico se puede observar los indicadores más reelevantes de Estados Unidos, los cuales muestran la realidad del país y su respectivo crecimiento económico y poblacional.

Tabla N°. 16: Indicadores socioeconómicos

Capital / Sede de Gobierno	Washington, DC
Principales ciudades	New York, Los Angeles, Chicago, Miami, Dallas, San Francisco
PIB	USD 17,97 miles de millones (2015 est.)
PIB per cápita	USD 56,300 (2014 est.)
Crecimiento del PIB	2,6% (2015 est.)
Población	321,368,864 (Julio 2015 est.)
Moneda oficial	Dólares americanos (\$)
Forma de Gobierno	República Federal
Lengua oficial	Inglés

Fuente: World Factbook

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

4.2.1.2 Análisis del Mercado objetivo

Estados Unidos se cataloga como el tercer país más grande del mundo en cuanto a su población y el cuarto en referencia a su superficie, su capital es Washington. Se compone por 50 estados y un distrito federal. Debido a su desarrollo económico es considerado la primera potencia económica del mundo por el volúmen del PIB y uno de los países más avanzados en cuanto a ciencia, medicina, tecnología y política. Gracias a su moneda oficial el dólar americano, ha logrado ser un potencial económico y convertirse en una divisa internacional por excelencia. Además la inmigración ha sido uno de los factores más importantes para Estados Unidos ya que gracias a ello se ha expandido los idiomas en este país, sin embargo su idioma oficial es el Inglés y por ende las leyes, normas, reglamentos, justicia y desiciones del gobierno se las redacta y ejecuta en su lengua oficial.

4.2.1.3 Ciudad de New York

New York es la ciudad más poblada de Estados Unidos; desde finales del siglo XIX ha sido uno de los primordiales centros de comercio y finanzas. El entorno en cuanto a nivel mundial en medios de comunicación, educación, política, entretenimiento, artes y moda han hecho que New York sea considera como una ciudad global. Cabe mencionar que gracias a que en esta ciudad se encuentra la sede de la Organización de las Naciones Unidas ha permitido que se convierta en un importante centro para llevar a cabo las relaciones internacionales.

4.2.1.4 Principales productos importados por Estados Unidos

En el siguiente cuadro se puede apreciar los productos importados por Estados Unidos de acuerdo al período 2011 – 2015; entre los productos tenemos vehículos, celulares, máquinas, entre otros.

Tabla N°. 17: Principales productos importados por Estados Unidos

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ESTADOS UNIDOS					
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2014	2015	Part. 2015	Var. (%)
8703.23.00	Vehículos automotores de cilindrada superior a 1.500 cm3 pero inferior o igual a 3.000 cm3:	86,400	99,373	4.9% ↑	15.02%
9801.00.10	Bienes retornados sin haber sufrido un proceso de agregación de valor o mejorado su condición original.	58,456	61,988	3.0% ↑	6.04%
8703.24.00	Vehículos automotores de pasajeros c/motor combustión interna, con cilindros de capacidad mayor a 3000 cc y de 4 a 6 cilindros	61,080	57,758	2.8% ↓	-5.44%
8517.12.00	Teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	52,391	51,489	2.5% ↓	-1.72%
3004.90.91	Los demás medicamentos para uso terapéutico o profilácticos en dosis medidas	37,728	47,247	2.3% ↑	25.23%
8517.62.00	Aparatos de recepción, conversión, emisión y transmisión de voz, imagen u otros	34,179	39,806	2.0% ↑	16.46%
8471.30.01	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, portátiles, de peso inferior o igual a 10 kg	41,964	38,742	1.9% ↓	-7.68%
7102.39.00	Los demás diamantes, incluso trabajados, sin montar ni engarzar.	24,026	22,876	1.1% ↓	-4.79%
8542.31.00	Aparatos de recepción, conversión, emisión y transmisión de voz, imagen u otros	17,760	18,107	0.9% ↑	1.95%
Resto de productos		1,585,851	1,600,895	78.5% ↑	0.95%
Total		1,999,835	2,038,281	100% ↑	1.92%

Fuente: United States International Trade Commission – USITC

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

4.2.1.5 Productos exportados desde Ecuador hacia Estados Unidos

A continuación de acuerdo al período 2015 se detallan los productos que son exportados por Ecuador hacia Estados Unidos con su respectivo porcentaje.

Tabla N°. 18: Productos exportados desde Ecuador hacia Estados Unidos

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ESTADOS UNIDOS					
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2014	2015	Part. 2015	Var. (%)
7108120000	Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario	444,493	587,793	19.3% ↑	32.24%
0803901100	Bananas frescas tipo «cavendish valery»	370,679	416,405	13.7% ↑	12.34%
1801001900	Cacao en grano crudo, los demás excepto para siembra	241,023	267,963	8.8% ↑	11.18%
0603110000	Rosas frescas cortadas	222,463	248,723	8.2% ↑	11.80%
0306160000	Camarones, langostinos y demás decápodos de agua fría congelados	310,092	214,682	7.1% ↓	-30.77%
0306179900	Los demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados no contemplados en otra parte	323,883	201,865	6.6% ↓	-37.67%
1604141000	Atunes en conserva	102,954	100,927	3.3% ↓	-1.97%
0306171900	Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados	86,346	88,945	2.9% ↑	3.01%
0603199090	Las demás flores y capullos frescos, cortados, no contemplados en otra parte	72,693	63,675	2.1% ↓	-12.41%
Resto de productos		1,298,384	847,858	27.9% ↓	-34.70%
Total		3,473,010	3,038,837	100% ↓	-12.50%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

4.2.1.6 Relaciones Comerciales entre Ecuador y Estados Unidos

A pesar de que en los últimos 2 años se han reducido las importaciones de productos no petroleros por parte de Estados Unidos, este sigue siendo el país principal en reportar una balanza comercial positiva para Ecuador, debido al incremento en las exportaciones ecuatorianas de 2.54 millones en el 2013 a 3.47 miles de millones en el 2014.

Gráfico N°. 14: Relaciones Comerciales entre Ecuador y Estados Unidos



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

4.2.1.7 Oportunidades comerciales

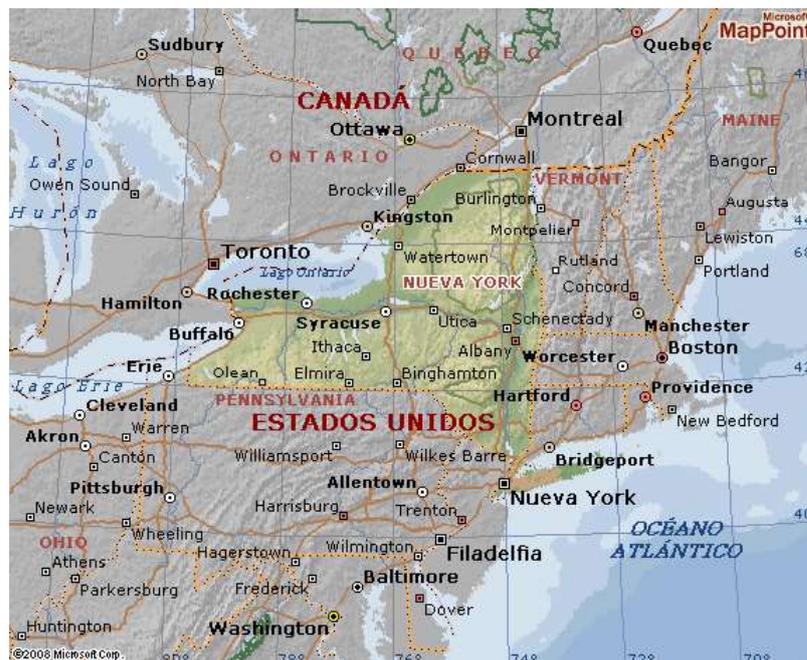
Ecuador tiene una gran variedad de productos, mismos que cuentan con grandes ventajas para ser exportados hacia el mercado estadounidense. Hoy en día Estados Unidos es el principal destino para llevar a cabo las exportaciones no petroleras del país, de esta manera Ecuador se destacaría en varios sectores tales como: Agroindustria, frutas, rosas, cacao, café, artesanías, entre otros.

4.2.1.8 segmentaciones del mercado

4.2.1.8.1 Geográfico

El Mercado objetivo será la ciudad de New York, la misma que comprende los sectores Norte, Centro y Sur.

Gráfico N°. 15: Geográfico



4.2.1.8.2 Demográfico

El producto estará dirigido a la población de New York en general; sin embargo, debido a su alto valor alimenticio y nutricional, se recomienda principalmente a las personas de 6 a 65 años de edad, ya que el queso mozzarella posee características benevolentes para la salud, nutrición y crecimiento favorece a quienes lo consumen de acuerdo a la investigación realizada. La personas que se encuentran dentro de este rango de edad representan el mayor porcentaje de la población.

4.2.1.8.3 Socioeconómico

Tabla N°. 19: Socioeconómico

EDAD	De 6 a 65 Años
SEXO	Masculino, Femenino
RELIGIÓN	Católicos, protestantes en su mayoría
RAZA	Todas
MOTIVOS DE COMPRA	Gustos, Preferencias, Necesidad
NIVEL SOCIOECONÓMICO	Bajo, Medio, Alto
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Escuela, Colegio, Universidad
TIPO DE POBLACIÓN	Población Urbana, Población Rural

Autor: Jasmín Iza

Año: 2017

4.2.2 Acceso al mercado

4.2.2.1 Requisitos Generales de Acceso al Mercado

Para el tratamiento de las exportaciones hacia Estados Unidos debe cumplir con todos los requerimientos y documentación necesaria, para el producto exportado, dado que los procesos están vinculados por medios informáticos, para lograrlo, es importante que el importador cuente con un agente aduanal en el puerto de entrada; que el producto venga empaquetado de la manera correcta, es decir sin ningún tipo de alteración o manipulación; que se haya dado cumplimiento los respectivos documentos y entregados debidamente; que el importador tenga historial y buena reputación con aduana.

4.2.2.2 Documentación necesaria

4.2.2.2.1 Factura Comercial

La factura comercial, nota de venta o recibo debe contener suficiente información para que las mercancías objeto de importación sean admisibles, y de ser el caso, proceder a la clasificación correcta en el Sistema Arancelario Armonizado de Estados Unidos y

determinar el arancel que debe ser cancelado. Aunque no existe un formato específico de factura, como mínimo, una factura comercial debería contener lo siguiente:

- El puerto de destino.
- Hora, lugar y nombres tanto del comprador como del vendedor.
- Descripción detallada de la mercancía.
- Cantidades, pesos y medidas de las mercancías.
- Precio de compra de cada artículo y su total.
- 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 dispuesto a recibir la mercancía.
- El tipo de moneda en el cual se cancelará el valor de la mercadería.
- Todos los cargos sobre la mercancía, organizados por nombre y monto, incluyendo fletes, seguros, comisiones, cajas, contenedores, revestimientos y costos de embalaje; si no se incluye lo anterior, todos los gastos, costos incurridos al traer la mercancía hasta el puerto de EE.UU.
- El país de origen.

La factura comercial es de gran importancia para el comprador, ya que deberá presentar este documento o a su vez una copia del mismo con el fin de realizar las declaraciones respectivas. La factura y todos los documentos deben estar en el idioma inglés o irán acompañados de una traducción precisa.

4.2.3 Requisitos específicos para productos ecuatorianos con potencial

4.2.3.1 Requisitos Arancelarios

4.2.3.1.1 Arancel Armonizado de los Estados Unidos.

La Comisión Internacional de Comercio de Estados Unidos es la entidad responsable de la publicación del Arancel Armonizado de los Estados Unidos conocido por sus siglas en inglés HTSUS contiene los aranceles y las categorías estadísticas para todas las mercancías importadas a Estados Unidos y la institución responsable de administrar el régimen

arancelario y procesar las declaraciones de importación es el U.S. Aduanas y Protección Fronteriza.

4.2.3.1.2 Aranceles, Fletes y Seguro

En Estados Unidos los aranceles son calculados sobre el valor del producto y no del flete ni del seguro. El U.S. Aduanas y Protección Fronteriza determina el arancel únicamente en función del precio pagado o a ser pagado por la mercadería, que suele estar en la factura o en el conocimiento de embarque como precio FOB Puerto de Exportación.

4.2.3.1.3 Preferencias Arancelarias y Acuerdos

Los acuerdos comerciales internacionales que mantiene Estados Unidos con otros países son relevantes ya que es importante tener presente, que ningún producto puede ser importado por entidad o persona alguna que aparezca en la lista “Specially Designated Nationals”

➤ Sistema Generalizado de Preferencias

El Sistema Generalizado de Preferencias o Generalized System of Preferences GSP es un programa comercial de Estados Unidos que tiene por objeto ayudar a las naciones en desarrollo a mejorar su condición económica mediante la importación de productos clasificados en unas 3,400 partidas arancelarias diferentes de los países beneficiarios que ingresan libre de aranceles. Este sistema es renovado anualmente por el Congreso.

La lista de elegibilidad de los 131 países del SGP contempla productos Como miembro de la Organización Mundial de Comercio OMC, Ecuador puede acceder a los tipos arancelarios establecidos por dicha organización.

➤ Ley Andina de Promoción Comercial y Erradicación de las Drogas ATPDEA

La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA), previó la entrada libre de aranceles de mercancías originarias de los países beneficiarios. Este es un sistema unilateral cuya elegibilidad depende de los criterios establecidos por el país otorgante.

4.2.4 Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios

La Administración de Productos Alimenticios y Farmacéuticos (FDA) se ocupa, entre otras cosas, de la reglamentación de los alimentos 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 la facultad de exigir una certificación para los productos alimenticios importados en caso de que exista un riesgo se denegar la entrada de un producto en los Estados Unidos para la importación de productos lácteos la ley (FDA) exige un permiso para la importación de leche y otros productos lácteos la solicitud de permiso debe ser dirigida a: Food and Drug Administration Regulations and Enforcement Branch Division of Program and Enforcement Policy.

4.2.5 Requisitos de Etiquetado, Empaque y Embalaje

La empresa Ecuilac debe estar al tanto de todas las principales regularizaciones que el mercado de destino establece para ingresar el producto. Esto se lo puede realizar por medio de una consulta al importador, despojando todas nuestras dudas, con la finalidad de tener una opinión e incluso aprobación del tipo de etiquetado de las entidades normativas que establece el país importador, en este caso Estados Unidos.

La agencia responsable de la seguridad de alimentos y etiquetas de Estados Unidos es la Food and Drug Administration FDA, para el efecto de protección que brinda a los productos se obtiene mediante el registro; así mismo los sistemas de control monitoreados por la Ley Estatal son los encargados de sancionar cualquier tipo de violación y de garantizar que se cumplan los requisitos de etiquetado.

4.2.6 Licencias de Importación/Autorizaciones previas

No se necesita una licencia para importar desde EE.UU. Sin embargo, hay ciertos artículos o productos que requieren permiso de una o varias agencias del gobierno estadounidense para su importación.

- El servicio de Aduanas y Protección Fronteriza de EE.UU. es la institución pública que se encarga de proveer información sobre las prácticas comerciales, regulaciones y deberes a cumplir para iniciar un proceso de importación.

4.2.7 Proceso de Exportación

El proceso de exportación es importante, debido a que se difiere de acuerdo al país y producto a exportarse.

En Octubre del 2012 el Ecuador puso en marcha un Sistema Aduanero denominado ECUAPASS, mismo que permite realizar operaciones aduaneras de importación y exportación; ya que a través de este Sistema se ha generado transparencia y eficiencia en las operaciones aduaneras, minimizar el uso del papel y facilitar al Comercio Exterior.

Para llevar a cabo el proceso de exportación dentro del ECUAPASS es necesario el uso de la firma electrónica en todos los trámites o declaraciones utilizando el dispositivo token el cual es proporcionado por las entidades certificadas como: Banco Central del Ecuador, Security Data.

4.2.8 Requisitos para obtener el Registro de Exportador

Para poder exportar es necesario cumplir los siguientes requisitos para ser exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

Una vez registrado como exportador, es necesario conocer que todas las exportaciones deben presentar una Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarla según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se tramita la exportación.

4.2.9 Documentos para las exportaciones

Las exportaciones deberán estar acompañadas de los siguientes documentos:

4.2.9.1 Documentos de soporte:

Factura comercial original

Es un documento privado que el vendedor extiende a favor del comprador, aquí se refleja la voluntad de las partes en cuanto a condiciones de precios; pero al mismo tiempo debe ajustarse a normas y usos internacionales por cuanto es uno de los documentos básicos para cumplir los trámites de exportación e importación que implica la compraventa internacional.

La factura comercial de exportación muestra el valor de transacción que es la base para calcular los derechos arancelarios en el país importador.

Gráfico N°. 17: Certificado de Origen

CERTIFICADO DE ORIGEN					
1. Nombre y dirección del exportador:		Certificado No.: CERTIFICADO DE ORIGEN Formato para el TLC Corea-Peru Emitido en _____ (ver instrucciones al dorso)			
2. Nombre y dirección del productor:					
3. Nombre y dirección del consignatario:					
4. Medios de transporte y ruta (de ser conocido): Fecha de salida: N° de buque/vuelo/tren/vehículo: Puerto de carga: Puerto de descarga:		5. Observaciones:			
6. Número de artículos (max. 20)	7. Número y clase de paquetes; descripción de las mercancías	8. Código SA (código a seis dígitos)	9. Criterio de origen	10. Peso bruto, cantidad (unidad de medida) u otras medidas (litros, m ³ ,	11. Número y fecha de factura
12. Declaración del exportador: Quien suscribe declara que los datos anteriores y la declaración son correctos, que todos los productos fueron producidos en (Pais) y que cumplen con los requisitos de origen establecidos en el TLC para las mercancías exportadas a (Pais importador) Lugar y fecha, firma autorizada			13. Certificación: <i>Sobre la base del control efectuado, se certifica por este medio que la información aquí contenida es correcta y que las mercancías descritas cumplen con los requisitos de origen establecidos en el TLC Corea -Perú.</i> Lugar y fecha, firma y sello de la entidad autorizada		

4.2.9.2 Documentos de acompañamiento

RUC de exportador

Es aquel documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas físicas o jurídicas, para fines tributarios. El RUC es el instrumento que permite que el Servicio de Rentas Internas (SRI) realice el control tributario.

Registro Sanitario

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) emite este certificado de calidad, el cual aprueba que el producto fue elaborado bajo normas internacionales como higiene y el cual garantiza que es apto para el consumo humano y cumple con normas de calidad del Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) , el cual es admitido en Colombia por ser parte de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) ya que forma parte de los acuerdos que sostienen ambos países.

Certificado Zoosanitario

Este certificado es importante ya que el producto es de procedencia animal el cual es emitido por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD) adscrito al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) en Ecuador

4.2.10 Trámites para exportar

De acuerdo al portal de la aduana (http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action), para el proceso de exportación es lo siguiente: Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- ✓ Factura comercial original.
- ✓ Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- ✓ Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- ✓ Canal de Aforo Documental
- ✓ Canal de Aforo Físico Intrusivo y no intrusivo
- ✓ Canal de Aforo Automático

En este caso por ser la primera vez que se realiza la exportación la aduana efectuará el canal de aforo físico. Según el Reglamento de Facilitación Aduanera reglamento del libro IV del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI) en su Art. 83 dice: Es el reconocimiento de las mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana, y clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus documentos de acompañamiento y de soporte.

4.2.11 Proceso en la Aduana

En la página del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) se manifiesta que todas las exportaciones deben presentar la declaración aduanera de exportación (DAE) y debe llenarse adecuadamente fiel a la verdad, se presentará de manera electrónica y/o física de acuerdo al formato y procedimiento dispuesto por la SENAE.

Se puede incluir en una sola DAE las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y los demás documentos de acompañamiento que sean parte de la exportación, siempre y cuando pertenezcan a un mismo declarante, terminal, puerto o aeropuerto de embarque y destino de las exportaciones.

La Declaración Aduanera de Exportación crea un vínculo legal con la aduana, expresando obligaciones del exportador o declarante con la misma. Los datos que se establecerán en la DAE son los siguientes:

- ✓ Datos del exportador o declarante
- ✓ Descripción de mercancía por ítem de factura
- ✓ Datos del consignante
- ✓ Destino de la carga Cantidades
- ✓ Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

4.2.12 Partida Arancelaria

Gráfico N°. 18: Partida Arancelaria

Sección I : ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL
Capítulo 04 : Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte
Partida Sist. Armonizado 0406 : Quesos y requesón
Sub Partida Sist. Armoniz. 040690 :
Sub Partida Regional 04069090 :
Sub Partida Nacional 0406909000 : Los demás

Fuente: SENAE

Elaborado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.2.13 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.

4.2.13.1 Incoterm FOB (Free On Board)

Una vez analizado los Incoterms, se determinó que el más factible para ejecutar nuestra exportación es bajo el Término FOB (Free On Board), por ser el que mejor se acopla a las condiciones y características del producto a exportar. Dentro del mismo se establecerán las formas de pago de los servicios adquiridos, tales como: el precio del medio de transporte. Al ser uno de los más utilizados se ha visto que el término FOB permitirá que la exportación del producto sea con mayor rapidez, menor coste y dominante control del riesgo de la operación, siendo una buena opción para realizar ventas con una gestión más sencilla y económica, normalizando y agilizando los trámites para la exportación del producto hasta que la mercadería este a bordo del buque.

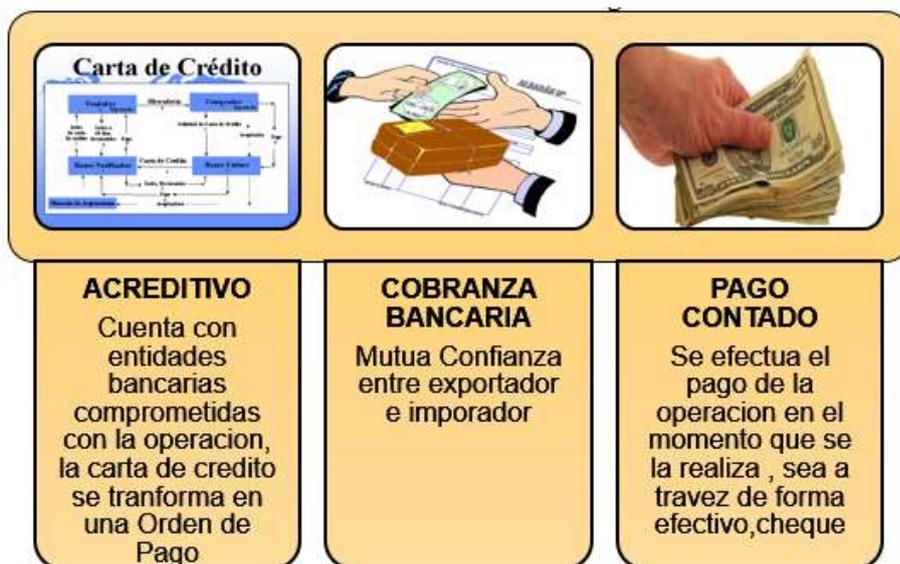
Gráfico N°. 19: Incoterm FOB (Free On Board)



4.2.14 Forma de pago

Para la selección de la forma de pago más adecuado se requiere conocer cuáles son las más utilizadas al momento de cobrar el valor de la mercadería exportada hacia un mercado.

Gráfico N°. 20: Forma de pago



Elaborado por: Jasmín Iza

Año: 2017

Para la forma de pago se ha decidido emplear el acreditivo puesto que es el que mejor se ajusta a las peticiones solicitadas por las autoridades de Empresa Ecuilac, la más apropiada para incorporarla como instrumento de cobro del queso mozzarella enviado hacia el mercado de Estados Unidos - New York.

Para operar bajo esta forma de pago es necesario que la Empresa Ecuilac firme preventivamente un contrato de compraventa en donde se acuerde las condiciones a estipular en el crédito documentario, tales como:

- ✓ Clase, tipo y monto de la operación.
- ✓ Plazo para embarcar.
- ✓ Plazo para presentar en el banco comercial los documentos exigidos en el CD, Plazo de pago.
- ✓ Otros documentos como: Certificado de Origen, certificado fitosanitario, certificado de calidad, lista de embarque, nota de gastos, visaciones consulares cuando corresponda y cualquier otra documentación dependiendo de la carga, del medio de transporte y del país de destino.
- ✓ Puerto de embarque y puerto de destino.
- ✓ Descripción de las mercaderías y exigencias del seguro.
- ✓ Términos de entrega de las mercancías que en este caso será bajo el término FOB.

Solo intervendrán dos bancos: banco del país desde el cual se realiza la exportación y el banco del país destino. Esto generará que nuestra empresa tenga menores discrepancias con los mediadores además de una mayor agilidad de actividades.

4.2.15 Certificaciones internacionales

4.2.15.1 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.

4.2.15.2 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.

4.2.15.3 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)

4.2.15.4 ISO (International Organization of Standardization) 9001



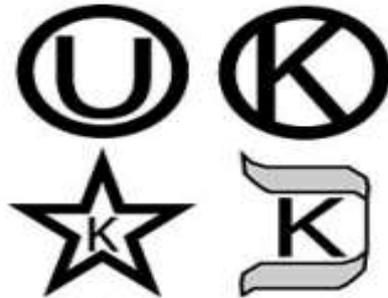
Esta certificación provee las exigencias con las que un sistema de calidad tiene que cumplir, pero no dicta cómo se las debe alcanzar. Esto deja una gran posibilidad y flexibilidad para poner en práctica el sistema de calidad dentro de distintos sectores perteneciendo a diferentes culturas comerciales 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.

4.2.15.5 ISO 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 manejo propios.

4.2.15.6 Kosher



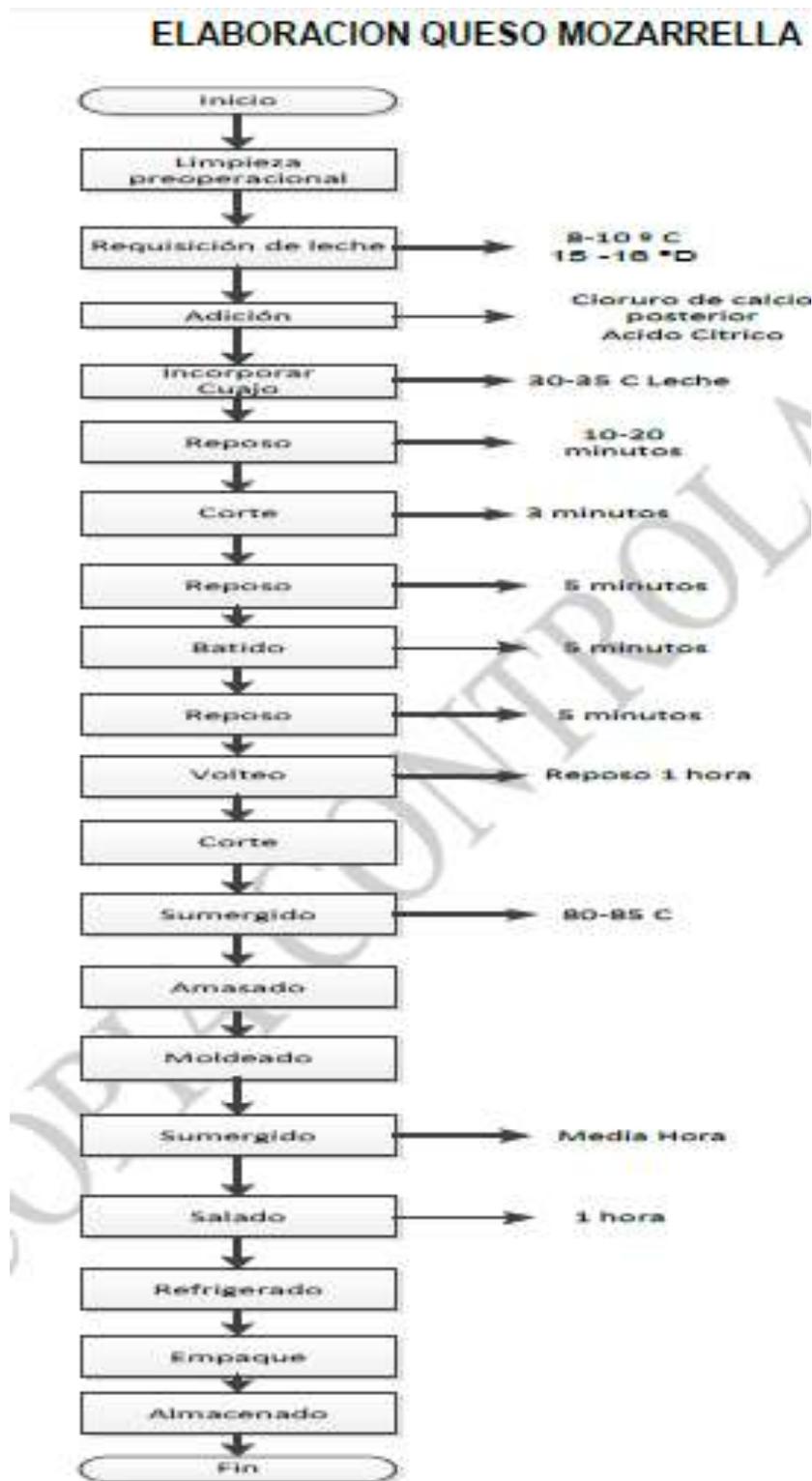
"Kosher" es la palabra hebrea referida a las leyes dietéticas religiosas judías que determinan los alimentos que se pueden comer o no y cómo estos alimentos deben ser preparados e ingeridos para considerarse aptos para el consumo.

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.

4.2.16 Flujograma de tiempos y procesos

Gráfico N°. 21: Flujograma de tiempos y procesos



Fuente: Empresa ECUALAC

Año: 2016

4.2.17 Características de la carga

El tipo de carga que exportaremos es considerada como carga general y carga unitarizada, tipo de carga que se transporta conjuntamente de cualquier naturaleza, en unidades independientes y en pequeñas cantidades. Es de gran importancia conocer que este tipo de carga es considerada entre los refrigerados ya que necesita cierta temperatura durante su transportación, al ser un producto perecedero, debe ser trasladada en un contenedor refrigerado.

4.2.18 Marketing

4.2.18.1 Empaquetado

El empaquetado del Queso Mozzarella se lo realizará en unidades de 700gr será realizada en fundas de polipropileno estos son los elementos que protegen físicamente la mercadería; su objetivo es, justamente, garantizar que la mercancía llegue a su destino en las condiciones estipuladas en el contrato de manera que pueda ser atractiva para nuestro mercado objetivo.

4.2.18.2 Etiquetado

El etiquetado del producto deberá contener la siguiente información en inglés:

- ✓ Nombre del producto
- ✓ Tabla nutricional
- ✓ Nombre de la empresa
- ✓ Contenido neto en unidades del Sistema Internacional
- ✓ Fecha de elaboración
- ✓ Certificación orgánica que garantice la calidad del producto
- ✓ Forma de conservación
- ✓ Ciudad y país de origen

4.2.18.3 Logotipo

Gráfico N°. 22: Logotipo



Fuente: Empresa ECUALAC

Año: 2016

La presente imagen es el logotipo que se plasmará en el producto, la misma contiene colores llamativos y sobretodo hace referencia al queso.

4.2.18.4 Embalaje

Gráfico N°. 23: Fundas de Polietileno



Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

El queso mozzarella de 700gr es el producto que se pondrá a disposición del público, éste requerirá de fundas de polietileno, por tener flexibilidad y versatilidad, el empaque será colocado en cajas plásticas queseras, en la cual entraran 12 quesos por caja tomando en cuenta las medidas del queso y su caja. Además es importante tomar en cuenta el material y el diseño estructural ya que toda la información deberá ser presentada en el idioma oficial de comercialización del país de destino.

Para el embalaje del Queso Mozzarella se utilizarán un film estirable para embalar que serán colocadas sobre la cada caja plástica este plástico estirable es el más utilizado debido a que se adapta a las necesidades del producto permitiendo un soporte, razón por la cual el producto terminado será empacado en las cajas plásticas y almacenado en un cuarto frío hasta el momento en que sea enviado al mercado de destino en contenedores a una temperatura de 5°C grados centígrados.

En la caja se deberá detallar el nombre de la empresa exportadora y los datos del producto, con un registro fitosanitario; además de algunos datos como el país originario y un logotipo con diseño llamativo.

4.2.18.5 Promoción y publicidad

Promoción

La palabra promoción cubre una gama de actividades para enterar a la gente sobre sus productos y para motivarla a comprarlos.

La empresa Ecuilac usará las siguientes técnicas para publicidad del producto y a la vez de la empresa tanto a nivel de la provincia como en mercado objetivo.

- ✓ Exhibición en puntos de venta
- ✓ Ferias
- ✓ Muestras gratis;
- ✓ Verbal;
- ✓ Propaganda gratis

Publicidad

La publicidad del Queso Mozzarella, así como la de la empresa Ecuilac se realizará por televisión o por radio, en diarios o en revistas, en el caso de la provincia y a nivel nacional. La publicidad que usaremos para nuestro mercado estadounidense serán páginas web, redes sociales, conferencias.

4.2.19 Contratación del Seguro

Por lo general pólizas más utilizadas son las siguientes:

- ✓ **Póliza individual:** cubre una única exportación; no trasciende a futuras transacciones.
- ✓ **Póliza flotante:** cubre cierto número de exportaciones; se contrata cuando se mantiene un ritmo constante y uniforme de transacciones de comercio internacional.

Ante las dos acepciones se ha decidido optar por la póliza flotante ya que esta resguarda cierto número de envíos, en vista de que este sistema proporciona este beneficio, Este servicio de seguro nos proveerá la empresa SERWISEGUROS para realizar el traslado de la mercadería de las instalaciones de la Empresa Ecuallac hacia el puerto de Guayaquil, se debe considerar que la empresa ayuda a proteger los intereses del cliente, hay que tomar en cuenta que algunos daños no son cubiertos por las aseguradoras. Tal es el caso de los desgastes, los derrames, las demoras en el mercado destino, las guerras o riesgos similares, las huelgas, los motines y los actos terroristas, entre otros.

4.2.20 Contratación del Servicio de Transporte

Para el traslado del Queso Mozzarella desde las instalaciones de la Empresa Ecuallac hacia el puerto de Guayaquil se requiere de transporte vía terrestre, mismo que garantice la seguridad de la entrega de la mercancía en el Puerto de destino.

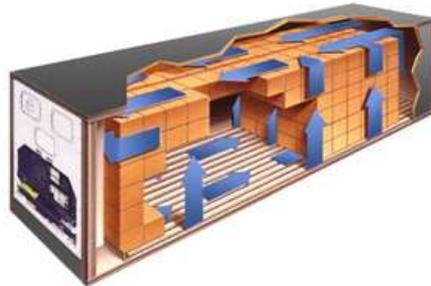
No debemos olvidar el Conocimiento de Embarque Marítimo o Bill of Loading (B/L) el mismo que nos facilita la empresa transportista, este es el documento en el cual se registra el contrato de transporte entre el exportador y el transportista.

4.2.21 Contenedor

El contenedor que utilizaremos para nuestra exportación será el Contenedor REEFER CONTAINERS (RF) de 20 pies debido a que las mercancías tienen que viajar con tránsitos de temperatura controlada y por ello se transportan en contenedores refrigerados, como es el caso de nuestro producto. Su funcionamiento se basa en la conexión a la red eléctrica y disponen de un disco de control de la temperatura.

Sus características de carga son:

Gráfico N°. 24: Contenedor



4.3 ESTUDIO DE VIABILIDAD FINANCIERA

El consumo de la materia prima está directamente relacionado con la capacidad del contenedor de 20 pies, se exportará 1500 cajas plásticas de Queso Mozzarella.

Tabla N°. 20: Estudio de viabilidad financiera

NOMBRE COMÚN DEL PRODUCTO Y VARIEDAD	QUESO MOZZARELLA
Clasificación del producto	Leche y productos lácteos
Peso (unidad)	700 gr
Peso neto	12600 kg
Cantidad	18000 unidades de 700 gr
Especificaciones de calidad.	Orgánica
País de origen	Ecuador
Nombre de la marca con logo	ECUALAC
Nombre y dirección del empacador	EMPRESA ECUALAC
Nombre y dirección del distribuidor	
Pictogramas.	Hacia arriba
Identificación de transporte	Reefer 20 pies
Destino	NEW YORK

4.3.1 Evaluación Económica y Financiera

4.3.1.1 Costos de Producción

Tabla N°. 21: Costos de Producción

LACTEOS ECUALAC			
COSTO TOTAL POR QUESO MOZZARELLA			
COSTOS DIRECTOS			2,12869
MATERIA PRIMA		2,12869	
CUAGULANTES RENIPLUS NG	0,00575		
CALCIO GRANULADO EN GR	0,05854		
SAL GR	0,01708		
DIOPAXI 4000 CC	0,00762		
FUNDAS PARA QUESO FRES	0,0506		
IMPRESIÓN DE FUNDAS	0,0079		
LECHE CC	1,9812		
COSTOS INDIRECTOS			0,039613
SERVICIOS BASICOS		0,018733	
LUZ	0,005		
AGUA	0,003		
TELEFONO	0,0012		
CELULAR	0,0002		
COMBUSTIBLE	0,009333		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		0,02088	
GERENTE	0,006		
CONTADOR	0,00388		
SUB GERENTE	0,006		
SECRETARIO	0,005		
DEPRECIACION EQUIPOS			0,03
MAQUINARIA	0,01		
INFRAESTRUCTURA	0,02		
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION			2,1983

Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.2 Inversión Fija Tangible

Tabla N°. 22: Inversión Fija Tangible

INVERSIÓN	NOMBRE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Maquinaria	Hiladora	1	\$ 5.300,00	\$ 5.300,00
Muebles	Escritorio	1	\$ 250,00	\$ 250,00
	Archivero	1	\$ 180,00	\$ 180,00
	Silla	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Eq. De computo	Computador	1	\$ 723,00	\$ 723,00
	Impresora	1	\$ 120,00	\$ 120,00
			Total	\$ 6.653,00

Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.3 Inversión Fija Intangible

Tabla N°. 23: Inversión Fija Intangible

INVERSIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Capacitación personal	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Publicación página web	1	\$ 35,00	\$ 35,00
		Total	\$ 125,00

Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.4 Capital de Trabajo

Tabla N°. 24: Capital de Trabajo

COSTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Queso mozzarella	gr	18000	\$ 2,20	\$ 39.564,00

Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.5 Mano de Obra Directa

Tabla N°. 25: Mano de Obra Directa

COSTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Procesado	jornal	88	\$ 12,00	\$ 1.056,00
Envasado	jornal	10	\$ 12,00	\$ 120,00
Empacado	jornal	15	\$ 12,00	\$ 180,00
Embalado	jornal	5	\$ 12,00	\$ 60,00
			Total	\$ 1.416,00

Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.6 Mano de Obra Indirecta

Tabla N°. 26: Mano de Obra Indirecta

COSTOS	PARTICIPACIÓN	TOTAL
Gerente	28,85	\$ 108,00
Sub gerente	28,85	\$ 108,00
Contador	18,27	\$ 68,40
Secretaria	24,04	\$ 90,00
Total	100,00	\$ 374,40

Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.7 Materiales Directos

Tabla N°. 27: Materiales Directos

COSTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Envase	Funda	18000	\$ 0,04	\$ 720,00
Empaque	Caja	1500	\$ 0,60	\$ 900,00
Palletización	Pallet	105	\$ 6,00	\$ 630,00
			Total	\$ 2.250,00

Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.8 Materiales Indirectos

Tabla N°. 28: Materiales Indirectos

COSTO	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Uniformes	5	\$ 25,00	\$ 125,00
Suministros	1	\$ 15,00	\$ 15,00
		Total	\$ 140,00

Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.9 Gastos Generales

Tabla N°. 29: Gastos Generales

COSTO	NOMBRE	TOTAL
Servicios básicos	Telefono	\$ 40,00
	Agua	\$ 120,00
	Luz	\$ 300,00
	Celular	\$ 10,00
	Combustible	\$ 800,00
	Total	\$ 1.270,00

Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.10 Depreciación

Tabla N°. 30: Depreciación

COSTO	NOMBRE	TOTAL
Depreciación	Maquinaria	\$ 530,00
	Muebles y enseres	\$ 56,10
	Impresora	\$ 39,60
	Computador	\$ 238,59
	Total	\$ 864,29

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.11 Gastos Administrativos

Tabla N°. 31: Gastos Administrativos

COSTO	TOTAL
Suministros	\$ 100,00
Total	\$ 100,00

Fuente: Empresa ECUALAC

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.12 Gatos de Exportación

Tabla N°. 32: Gatos 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

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.13 Capital de Trabajo

Tabla N°. 33: Capital de Trabajo

INVERSIÓN	TOTAL
Materia prima	\$ 39.564,00
Mano de obra directa	\$ 1.416,00
Mano de obra indirecta	\$ 374,40
Materiales directos	\$ 2.250,00
Materiales indirectos	\$ 140,00
Gastos generales	\$ 1.270,00
Depreciaciones	\$ 864,29
Gastos administrativos	\$ 100,00
Gastos de exportación	\$ 1.900,00
	Total
	\$ 47.878,69

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.14 Inversión

Tabla N°. 34: Inversión

INVERSIÓN	TOTAL
Tangible	\$ 6.653,00
Intangible	\$ 125,00
Capital de trabajo	\$ 47.878,69
Total	\$ 54.656,69

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.15 Precio FOB

Tabla N°. 35: Precio FOB

Detalle	Subtotal
Costo total de exportación	\$ 47.878,69
Unidades exportadas	\$ 18.000,00
Costo unitario	\$ 2,66
Margen de utilidad 40%	\$ 1,06
Precio de venta FOB	\$ 3,72

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.16 Balance General

Tabla N°. 36: Balance General

BALANCE GENERAL EMPRESA ECUALAC			
ACTIVO			
Activo Corriente		258.058,00	
Caja	26.540,00		
Bancos	231.518,00		
Activos fijos		1.171.849,00	
Vehículo	246.402,00		
Muebles y Enseres	64.633,00		
Eq. De Oficina	470,00		
Eq. De Cómputo	12.328,00		
Maquinaria	848.016,00		
TOTAL ACTIVOS			1.429.907,00
PASIVO			
Pasivo a C/P		325.971,35	
Proveedores	243.103,46		
Documentos por Pagar	82.867,89		
Pasivo a L/P		10.671,35	
Impuestos por Pagar	10.671,35		
TOTAL PASIVOS			336.642,70
PATRIMONIO			
Capital Social	1.093.264,30		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			1.429.907,00

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.17 Estado de Resultados Proyectado

Tabla N°. 37: Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DETALLES/AÑOS	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 66.960,00	\$ 70.308,00	\$ 73.823,40	\$ 77.514,57	\$ 81.390,30
(-) Costo de venta	\$ 47.878,69	\$ 49.793,84	\$ 51.785,59	\$ 53.857,01	\$ 56.011,30
(=) Utilidad Imponible	\$ 19.081,31	\$ 20.514,16	\$ 22.037,81	\$ 23.657,56	\$ 25.379,00
(-) 15% Rep. Trabajadores	\$ 2.862,20	\$ 2.976,68	\$ 3.095,75	\$ 3.219,58	\$ 3.348,37
(=) Utilidad antes del impuesto	\$ 16.219,11	\$ 17.537,48	\$ 18.942,06	\$ 20.437,97	\$ 22.030,64
(-) 22% Impuesto Renta	\$ 3.568,20	\$ 3.710,93	\$ 3.859,37	\$ 4.013,75	\$ 4.174,30
Utilidad Neta	\$ 12.650,91	\$ 13.826,54	\$ 15.082,69	\$ 16.424,23	\$ 17.856,34

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.1.18 Flujo Neto

Tabla N°. 38: Flujo Neto

FLUJO NETO EMPRESA ECUALAC					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL	\$ 26.540,00	\$ 47.500,60	\$ 71.551,99	\$ 98.851,27	\$ 129.563,51
(+)Ventas	\$ 66.960,00	\$ 70.308,00	\$ 73.823,40	\$ 77.514,57	\$ 81.390,30
(=) Saldo Disponible	\$ 93.500,00	\$ 117.808,60	\$ 145.375,39	\$ 176.365,84	\$ 210.953,81
(-) Usos	\$ 45.999,40	\$ 46.256,61	\$ 46.524,12	\$ 46.802,33	\$ 47.091,67
Gastos Operacionales	\$ 39.569,00	\$ 39.569,00	\$ 39.569,00	\$ 39.569,00	\$ 39.569,00
15% Part. Trabajadores	\$ 2.862,20	\$ 2.976,68	\$ 3.095,75	\$ 3.219,58	\$ 3.348,37
22% Imp. A la Renta	\$ 3.568,20	\$ 3.710,93	\$ 3.859,37	\$ 4.013,75	\$ 4.174,30
(=)SALDO NETO	\$ 47.500,60	\$ 71.551,99	\$ 98.851,27	\$ 129.563,51	\$ 163.862,14

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.2 Evaluación Financiera

4.3.2.1 Valor actual neto

Van: Valor Actual Neto

Io: Inversión

FN: Utilidad Neta

1: Constante

i: Tasa de Interés

n: Número de Años

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

Tabla N°. 39: Valor Actual Neto

DATOS					
Io= 54656,69					
Fn	\$ 12.650,91	\$ 13.826,54	\$ 15.082,69	\$ 16.424,23	\$ 17.856,34
i= 10,2%					
VAN 1=	56259,56				

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

Tabla N°. 40: Valor Actual Neto 2

DATOS					
Io=54656,69					
i=11,14%					
FN	\$ 12.650,91	\$ 13.826,54	\$ 15.082,69	\$ 16.424,23	\$ 17.856,34
VAN 2=	54858,27				

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

4.3.2.2 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

$$TIR = 0.102 + (0.1114 - 0.102) \left[\frac{56259,56}{56259,56 + 54858,27} \right]$$

$$TIR = 0.102 + (0.012) \left[\frac{56259,56}{111117,83} \right]$$

$$TIR = 0.102 + (0.12)(0.50)$$

$$TIR = 0.102 + 0.06$$

$$TIR = 0.16 * 100$$

$$TIR = 16 \%$$

El 16% de TIR menciona que el proyecto es factible ya que el porcentaje es mayor que el activo pasivo que es el porcentaje que proporciona el Banco Central.

4.3.2.3 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

Tabla N°. 41: Relación beneficio – Costo

PERIODO	Ingresos	Egresos	Factor de act.	In. Act	Egr. Act
1	\$ 66.960,00	\$ 47.878,69	0,88	\$ 66.960,00	\$ 41.998,85
2	\$ 70.308,00	\$ 49.793,84	0,77	\$ 70.308,00	\$ 38.314,74
3	\$ 73.823,40	\$ 51.785,59	0,67	\$ 73.823,40	\$ 34.953,80
4	\$ 77.514,57	\$ 53.857,01	0,59	\$ 77.514,57	\$ 31.887,68
5	\$ 81.390,30	\$ 56.011,30	0,52	\$ 81.390,30	\$ 29.090,51
			TOTAL	\$ 369.996,27	\$ 176.245,58

Realizado por: Jasmín Iza

Año: 2017

RBC = \$ 2,10

La relacion expresa que la exportación de Queso Mozzarella se considera rentable puesto que con cada 1 dólar que se invierta se va a obtener 1,10 lo que significa la utilidad para la empresa.

4.3.2.4 Periodo de Recuperación del Capital

$$\begin{aligned}
 &12650,91 && 12 \\
 &54656,69 && X \\
 X = &\frac{54656,69 * 12}{12650,91} \\
 X = &\frac{655880,28}{12650,91} \\
 X = &51,84 \\
 X = &\frac{51,84}{12} \\
 X = &4,3
 \end{aligned}$$

El periodo de recuperación será la inversión en 4 años 4 meses, mismos que permitirán invertir las ganancias posteriores dentro de la empresa.

CONCLUSIONES

Al realizar la presente investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se determinó que por medio de la correcta sustentación teórica y técnica, la Empresa Ecuallac alcanzará los objetivos propuestos asistiendo a un buen Sistema de Exportación satisfaciendo el Mercado nacional y de esta manera expandiéndose hacia mercados extranjeros.
- Estados Unidos es uno de los principales mercados donde se destinan los productos lácteos a nivel mundial y se exporta el Queso Mozzarella ya que los hábitos de consumo son cada vez más exigentes en el Mercado; razón por la cuál la empresa Ecuallac ha optado por elaborar el Queso Mozzarella cubriendo la demanda insatisfecha pretendiendo llegar al Mercado estadounidense con un producto de calidad y a un precio accesible. De tal forma se dinamizará el desarrollo económico del cantón Mejía, contribuyendo así al cambio de la Matriz Productiva ya que se generarán más fuentes de empleo.
- La evaluación económica y financiera de la investigación demuestra que el presente Proyecto de Exportación es viable y rentable. El primer año de operaciones, el proyecto obtiene utilidades, El VAN calculado es de 56259,56 y la TIR es del 16%, Relación Beneficio Costo por cada dólar invertido es \$2,10 por ende la ganancia es de \$1,10; donde según indica el cálculo la inversión del proyecto será recuperada en el cuarto año y 4 meses de sus operaciones.

RECOMENDACIONES

- Es necesario promover una estrategia para mejorar la calidad en los procesos que conllevan a ejecutar una exportación factible; fomentando la elaboración de productos no tradicionales como son los lácteos.
- Se recomienda realizar el proyecto de exportación hacia el mercado de la ciudad de New York – Estados Unidos cumpliendo con todos los requisitos necesarios para la exportación, mejorando cada proceso, capacitarse en trámites de exportación y manejo del sistema de la aduana. Al satisfacer su demanda insatisfecha se logrará el reconocimiento de la empresa y empezar a posicionarse en el mercado objetivo.
- Se recomienda aplicar este proyecto ya que es considerado factible por los datos financieros obtenidos determinando que tiene viabilidad y rentabilidad económica y financiera para la empresa Ecuálac.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduanas, C. y. (2010). *Instituto Nacional de Comercio y Aduanas* . Obtenido de Incoterms: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/110-ques-es-incoterm-fob>
- Alimenticia, I. (01 de Enero de 2007). *Industria Alimenticia*. Obtenido de <http://www.industriaalimenticia.com/articles/85533-la-industria-lactea-en-ecuador>
- Alimentos. (2015). *Alimentos*. Obtenido de Queso Mozzarella: <http://alimentos.org.es/queso-mozzarella>
- Anda Hernández , L. A. (Julio de 2007). *Slide Share*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/ArturoTolentino/libro-costos>
- día, P. a. (14 de Marzo de 2015). *Pchicha al día* . Obtenido de Capacitación a pequeños productores: <http://www.pichinchaldia.gob.ec/actualidad/item/1333-capacitacion-a-pequenos-productores-lacteos.html>
- Ecuatorianos, L. (2015). *ECUALAC*. Obtenido de ECUALAC: <http://eualac.com.ec/quienes-somos/mision-y-vision.html>
- García Fonseca, C. (2004). Elementos de Comercio Exterior. En *Guía para estudiantes y profesionales* (pág. 219). México: Trillas.
- Gastronomía. (08 de Enero de 2009). *Gastronomía*. Obtenido de Cómo se elabora la Mozzarell: <https://gastronomiaycia.republica.com/2009/01/08/como-se-elabora-la-mozzarella/>
- Márquez, C. (2014). *El Comercio*. Obtenido de En la variedad de quesos está el gusto de Bolívar: <http://www.elcomercio.com/sabores/quesos-variedades-bolivar-guaranda-salinas.html>
- Martín Martín, M. Á., & Martínez Gormaz, R. (2012). Manual Práctico de Comercio Exterior. En *Para Saber Cómo Vender en el Exterior* (pág. 83). Madrid: Fundación CONFEMETAL.
- Nuñez, P. (26 de Junio de 2012). *Old Knoow*. Obtenido de <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/ingresos.htm>
- Osorio Arcila, C. (2006). *Diccionario de Comercio Internacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- PROECUADOR. (2014). *PROECUADOR*. Obtenido de Oportunidades para invertir:
<http://www.proecuador.gob.ec/sector1-3/>
- Pujol Bengoechea, B. (2000). *Diccionario de Comercio Exterior*. Madrid: Brosmac.
- Social, F. D. (2014 - 2015). *Depósito de Documentos de la FAO*. Obtenido de Productos Lácteos: <http://www.fao.org/docrep/008/y9492s/y9492s09.htm>
- Alimenticia, I. (2007). *Industria Alimenticia*. Obtenido de <http://www.industriaalimenticia.com/articles/85533-la-industria-lactea-en-ecuador>
- Hernández , L. A. (2007). Costos. Obtenido de <http://es.slideshare.net/ArturoTolentino/libro-costos>
- García, C. (2004). *Elementos de Comercio Exterior*. México: Trillas.
- Martín, M., (2012). *Manual Práctico de Comercio Exterior*. Madrid: Fundación CONFEMETAL.
- Nuñez, P. (2012). *Old Knoow*. Obtenido de <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/ingresos.htm>
- Osorio, C. (2006). *Diccionario de Comercio Internacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Pujol, B. (2000). *Diccionario de Comercio Exterior*. Madrid: Brosmac.