



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y COMERCIO
EXTERIOR
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE QUESO MADURO DESDE LA CORPORACIÓN COCIHC DE LA CIUDAD DE CAJABAMBA ECUADOR, HACIA LA CIUDAD DE QUEENS – ESTADOS UNIDOS, EN EL PERIODO 2017.

AUTOR:

WILLIAM ERNESTO PILCO BASANTES

RIOBAMBA-ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por el señor William Ernesto Pilco Basantes, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Yolanda Patricia Moncayo

DIRECTORA

Eco. María Isabel Gavilánez Vega

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **WILLIAM ERNESTO PILCO BASANTES**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 31 de Mayo 2018

William Ernesto Pilco Basantes

C.C. 060519636-9

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a Dios por haberme iluminado y mantenerme firme en la senda del conocimiento, y no decaer ni rendirme en mis sueños durante este gran esfuerzo que comprendió mi carrera universitaria

A mis padres y mi Esposa por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me han permitido ser una persona de bien; por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me han infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

William Ernesto Pilco Basantes

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, la Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, a los docentes de la carrera de Ingeniería en Comercio Exterior principalmente a la Ing. Yolanda Patricia Moncayo y la Eco. María Isabel Gavilánez por haber sido fuente de conocimiento que han permitido alcanzar el logro de mi carrera profesional con su ayuda y apoyo académico incondicional

Le doy gracias a mi padre Sebastián Pilco y Leonor Basantes, y mi esposa Mayra Asacata mis hermanas Gladys y Elsa; por todo el apoyo brindado a lo largo de mi vida. Por darme la oportunidad de estudiar esta carrera, por llenar mi vida de grandes momentos que hemos compartido

A mis tíos/as segundo, José, Humberto, Zoila, Martha, mis primos y amigos quienes han formado parte de mi vida .quiero agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos que hemos compartido .quienes sin duda quedarán en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

William Ernesto Pilco Basantes

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	xi
Índice de gráficos.....	xii
Índice de anexos.....	xiii
Resumen.....	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1. Formulación del problema	4
1.1.2. Delimitación del problema.....	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	6
1.3 OBJETIVOS	7
1.3.1. Objetivo General.....	7
1.3.2. Objetivos Específicos	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	9
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	9
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10
2.2.1. Proyecto	10
2.2.2. Fases de un proyecto.....	11
2.3. Exportación.....	13

2.3.3.	Generalidades de la exportación.....	14
2.2.4.	Proceso previo a la exportación.....	15
2.2.5.	Requisitos para Exportar	16
2.2.6.	Exportaciones del Ecuador	16
2.2.7.	Pasos de exportación en Ecuador	17
2.3.	Proyecto de Exportación.....	19
2.3.1.	Estructura de un proyecto de exportación	20
2.3.1.1.	Estudio y análisis de mercado	21
2.3.1.2.	Demanda	21
2.3.1.3.	Demanda Insatisfecha.....	22
2.3.1.4.	Oferta.....	22
2.3.1.5.	Estudio y análisis técnico	23
2.3.1.6.	Análisis de la rentabilidad económica financiera	24
2.3.1.6.1.	Métodos de Evaluación Financiera.....	25
2.3.1.7.	Estrategias preliminares de acceso	26
2.4.	Incoterms	28
2.4.1.	Clasificación de los Incoterms por medios de transporte	28
2.5.	Producción de queso en el Ecuador	30
2.5.1.	Importancia del Queso	31
2.5.2	Consumo de lácteos en Ecuador	31
2.6.	MARCO CONCEPTUAL	33
2.7.	IDEA A DEFENDER.....	35
2.8.	VARIABLES	35
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		36
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	37
3.2.1.	Investigación Documental	37

3.2.2.	Investigación Exploratoria.....	37
3.2.5.	Investigación de Campo.....	38
3.3.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	38
3.3.1.1	Método Inductivo.....	38
3.3.1.	Métodos	39
3.3.1.2.	Método Analítico	39
3.3.1.3.	Método Sintético.....	39
3.3.2.	Técnicas	39
3.3.2.1.	Encuesta.....	39
3.3.2.2.	Entrevista	40
3.5.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	42
3.5.1.	Análisis de las encuestas.....	42
3.2.	Análisis e interpretación de entrevistas	51
3.2.1.	Entrevista al Jefe de Producción	51
3.2.2.	Entrevista al Gerente	53
	CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	56
4.1.	TEMA.....	56
4.2.	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	56
4.2.1.	Análisis de la situación actual	56
4.2.1.1.	Generalidades de la COCIHC.....	56
a.	Antecedentes históricos de la COCIHC	56
b.	Principal actividad	57
c.	Misión.....	57
d.	Visión.....	57
e.	Organigrama	57
f.	Descripción del producto	59
g.	Situación actual.....	59

4.3.	Estudio de mercado	60
4.3.1.	Oferta	60
4.3.1.1.	Identificación del producto	60
4.3.2.	Proyección de la oferta	61
4.3.3.	Demanda	61
4.3.3.1.	Mercado Objetivo	62
4.3.3.2.	Estados Unidos	62
4.3.3.3.	Condado de Queens	67
4.3.3.4.	Cálculo de la Demanda	70
4.3.3.5.	Proyección de la demanda	71
4.3.3.6.	Demanda insatisfecha	71
4.4.	Estudio Técnico	72
4.4.1.	Macro localización	72
4.4.2.	Micro localización	73
4.4.3.	Tamaño de la planta.....	74
4.4.4.	Distribución de la planta.....	74
4.4.5.	Proceso de producción.....	74
4.4.6.	Requerimientos de equipamiento y personal técnico	75
4.4.7.	Requerimientos de exportación	76
4.4.7.1.	Normativa de exportaciones del Ecuador	76
4.4.7.2.	Empaque, embalaje y etiquetado	79
4.4.7.3.	Modalidad de Transporte.....	81
4.4.7.4.	Incoterms	82
4.5.	Estudio Financiero	83
4.5.1.	Instalaciones	83
4.5.2.	Activos fijos.....	83
4.5.3.	Depreciación de Activos fijos.....	84

4.5.4.	Mano de Obra	86
4.5.5.	Materia Prima	89
4.5.6.	Gastos de exportación.....	89
4.5.7.	Capital de Trabajo	90
4.5.8.	Costo de producción	90
4.5.9.	Resumen de Inversiones	91
4.5.10.	Financiamiento	91
4.5.11.	Egresos.....	92
4.5.12.	Ingresos.....	92
4.5.13.	Estados Financieros	93
4.5.14.	Evaluación Financiera	96
4.6.	Estrategias preliminares de acceso	98
4.6.1.	Estrategias de Forma de pago	99
4.6.2.	Estrategias de promoción.....	100
	CONCLUSIONES	101
	RECOMENDACIONES.....	102
	BIBLIOGRAFÍA	103
	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conoce los objetivos de COCIHC.....	42
Tabla 2: Opinión.....	43
Tabla 3: Aceptación del producto en el mercado extranjero.....	44
Tabla 4: Exportación de queso maduro.....	45
Tabla 5: Calidad de productos.....	46
Tabla 6: Capacidad Productiva.....	47
Tabla 7: Exportación.....	48
Tabla 8: Beneficios.....	49
Tabla 9: Valoración del proyecto de exportación.....	50
Tabla 10: Oferta del producto.....	60
Tabla 11: Oferta del producto de exportación.....	61
Tabla 12: Proyección de la oferta de queso maduro.....	61
Tabla 13: Características generales de Estados Unidos.....	62
Tabla 14: Importaciones de Estados Unidos por país.....	65
Tabla 15: Principales productos exportados desde Ecuador a Estados Unidos.....	66
Tabla 16: Población de Queens.....	68
Tabla 17: Indicadores socio-económicos.....	70
Tabla 18: Cálculo de la demanda potencial de Queens.....	70
Tabla 19: Proyección de la demanda.....	71
Tabla 20: Demanda Insatisfecha.....	72
Tabla 21: Materiales.....	75
Tabla 22: Instalaciones.....	76
Tabla 23: Recursos Humanos.....	76
Tabla 24: Información nutricional.....	80
Tabla 25: Unidades de medida.....	81
Tabla 26: Instalaciones.....	83
Tabla 27: Maquinaria y equipo.....	84
Tabla 28: Tabla de depreciaciones.....	85
Tabla 29: Mano de obra directa.....	86
Tabla 30: Mano de obra Indirecta.....	86
Tabla 31: Nómina del primer año.....	87

Tabla 32: Nómina a partir del segundo año	87
Tabla 33: Materia Prima Directa	89
Tabla 34: Materia Prima Indirecta	89
Tabla 35: Gastos de exportación.....	90
Tabla 36: Capital de Trabajo	90
Tabla 37: Costo de producción	91
Tabla 38: Resumen de inversiones	91
Tabla 39: Financiamiento	91
Tabla 40: Egresos.....	92
Tabla 41: Costo fijo, variable y total	92
Tabla 42: Ingresos.....	93
Tabla 43: Estado de Resultados	94
Tabla 44: Flujo de efectivo	95
Tabla 45: TMAR.....	96
Tabla 46: VAN.....	96
Tabla 47: TIR.....	97
Tabla 48: PRC.....	97
Tabla 49: Relación C/B.....	97
Tabla 50: Criterios de Evaluación	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Tipos de proyectos.....	11
Gráfico 2: Requisitos para exportar	16
Gráfico 3: Principales orígenes de las exportaciones del Ecuador	17
Gráfico 4: Distribución geográfica producción quesos Ecuador 2015-2016.....	32
Gráfico 5: Objetivos del COCIHC.....	42
Gráfico 6: Opinión	43
Gráfico 7: Aceptación del producto en el mercado extranjero	44
Gráfico 8: Exportación de queso maduro	45
Gráfico 9: Calidad de productos	46
Gráfico 10: Capacidad productiva	47

Gráfico 11: Exportación.....	48
Gráfico 12: Beneficios	49
Gráfico 13: Valoración del proyecto de exportación.....	50
Gráfico 14: Organigrama Corporación COCIHC	58
Gráfico 15: Balanza comercial no petrolera Ecuador-Estados Unidos.....	64
Gráfico 16: Queens	67
Gráfico 17: Diferentes nacionalidades en Queens	69
Gráfico 18: Macro localización	73
Gráfico 19: Micro localización	73
Gráfico 20: Flujograma del proceso de producción del queso maduro	75
Gráfico 21: Proceso de exportación.....	78
Gráfico 22: Modelo de empaque	81
Gráfico 23: Distancia entre Ecuador-Queens	82
Gráfico 24: Incoterms FOB	83
Gráfico 25: Formas de pago.....	99

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 2: Guía de entrevista.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 3: Tabla de amortización	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 4: Permiso anual de funcionamiento del ministerio del interior	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 5: Registro Único de Contribuyentes (RUC)	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 6: Permiso Anual de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del Cantón Colta.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 7: Permiso anual de funcionamiento de la Agencia nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 8: Modelo de Declaración Aduanera Única	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 9: Rol de pagos.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 10: Registro fotográfico	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

El principal objetivo del presente estudio es el diseñar un Proyecto de Exportación de queso maduro hacia la ciudad de Queens-Estados Unidos, para incrementar en nivel de ingreso de la Corporación COCIHC de la ciudad de Cajabamba en el periodo 2017. Para lo cual se han utilizado varias técnicas e instrumentos para la recolección de información necesaria para la investigación, y es así que a través de la aplicación de entrevistas y encuestas se logró determinar que la Corporación en la actualidad tiene un excedente de 10000 litros de leche diarios, que son comercializados a bajos precios a otras empresas productoras de lácteos, lo que provoca la reducción de ingresos para la Corporación COCIHC. En vista a la problemática existente se propone un plan de exportación de queso maduro hacia la ciudad de Queens en Estados Unidos, para lo cual fue necesario realizar tres estudios: estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero. En el estudio de mercado se establecen datos de interés de la oferta y de la demanda que son fundamentales; en el estudio técnico inicialmente se hace referencia a los requerimientos y posterior se realiza una breve explicación de los procesos necesarios durante el proceso de exportación; y finalmente con el estudio financiero se determinó la factibilidad económica del proyecto, a través del uso de indicadores que permitieron la demostración de lo mencionado, y es así que se prevé la existencia de un VAN de 1.474.564,82; una Tasa Interna de Retorno del 34,61%; un periodo de recuperación de la inversión de aproximadamente 3 años y 2 meses; y una relación costo/beneficio de \$1,58; evaluadores que demostraron la factibilidad del proyecto de exportación.

Palabras Clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<PROYECTO DE EXPORTACIÓN> <ESTUDIO DE MERCADO> <ESTUDIO TÉCNICO> <ESTUDIO FINANCIERO> <VALOR ACTUAL NETO (VAN)> <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)> <PERIODO DE RECUPERACIÓN> <CORPORACIÓN COCIHC> <CAJABAMBA (CIUDAD)>

Summary

The main objective of this titlindh work is to design a ripe cheese export proyect to the city of queens-united states , to increase the imcome level of the cocihc corporation of the city of cajabamba in the 2021 period.to this end,several techniques and instruments have been used to collect the information necessary for the investigation , and so it was determined that the corporation currently has a surplus of 10.000 liters of milk per day, whichare marketed at low prices. Whichcauses the reduction of imcome for the cocihc corporation . in view of the problem it was necessary to carry out three studies:market study, technical study and dinancial study. In the market study, data of suply, and demand that are fundamental are established, in the technical study the requirements are initially referred to and a brief explanation of the processes necessary during the export process is made;and fianlly, with the financial study, the economic feasibility of the proyect was determined, through the use of indicators that allowed the demonstration of the aforementioned, and thus the existence of a NPV of 1,474,564.82 is foreseen ; an internal rate of returno of 34.61% an investment recovery period of approximately3 years and 2 months ; and cost / benefit ratio of \$ 1.58,evaluators who demonstrated the feasibility of the export project. It is recommended that the cocihc corporation implement the cheese export process so that the COCIHC corporation implement the cheese export process so that the problem of surplus milk is solved, and the growth in the market allows the partners to obtain greater benefits.

KEYWORDS: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES> , <EXPORT PROYECT> , <MARKET STDY>, <TECHICAL STUDY> , <FINANCIAL STUDY> , <CURRENT NET VALUE (CNA)>, <INTERNAL RETURN RATE (IRR) >, <CAJABAMBA (CITY) .

INTRODUCCIÓN

Actualmente el comercio exterior juega un papel importante alrededor del mundo, ya sean por las importaciones o exportación, entradas y salidas de dinero; estas actividades dinamizan las economías entre países, ya que por medio de las mismas existe un proceso de comercialización.

Así también una de las metas de muchas empresas es el crecimiento empresarial en el mercado local, nacional e internacional; buscando la generación de mayores beneficios para los socios de la organización. Es necesario considerar que el hecho de querer ingresar a mercados internacionales conlleva una serie de condiciones y exigencias que deben ser cumplidas,, tanto para el acceso del producto a otro país como para la aceptación por parte del posible consumidor; dentro de estas exigencias se encuentran los controles más estrictos de claridad, así como las certificaciones nacionales e internacionales de los productos, brindando así un grado de confianza y certeza para la demanda extranjera sobre el producto que van a consumir.

En el desarrollo de la investigación se han establecido cuatro capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I: hace referencia al planteamiento del problema, justificación y objetivos que se buscan cumplir con la investigación, en este capítulo se detalla la problemática existente que conllevó a realizar la investigación.

Capítulo II: Se sustenta y fundamenta cada una de las variables involucradas en el estudio, a través de la revisión bibliográfica y documental, de manera que las opiniones, criterios y conceptos de diferentes autores son analizados y sintetizados para mayor comprensión del lector.

Capítulo III: Se establece la metodología que se utilizó en el desarrollo investigativo, los tipos, métodos, técnicas e instrumentos de investigación, que facilitaron la recolección de información necesaria para proceder al diseño de la propuesta. En este ítem se ha analizado los datos recopilados posteriores a la aplicación de los instrumentos investigativos, mismos que arrojaron datos de interés para el investigador.

Capítulo IV: Se realizó el diseño de la propuesta del plan de exportación de queso maduro hacia Queens-Estados Unidos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad a nivel mundial se ha dado un proceso de globalización que ha comprendido diferentes y variados aspectos como en economía, tecnología, así como en el aspecto cultural y social, criterios que se han englobado a gran escala y que en distintos países han sufrido transformaciones con el objetivo de formar parte de un mercado caracterizado por ser unificado en todo el mundo.

Es así que se ha podido evidenciar cambios de conducta en los consumidores quienes, en el momento de elegir alimentos, escogen comestibles nutricionales, lo que ha llevado a las productoras de alimentos resalten y enfatizan los valores nutritivos de los productos que ofertan.

En Ecuador se han generado cambios en la matriz productiva, dándose a conocer políticas que incentivan a la industrialización, con el objetivo de dejar a un lado la característica de ser fabricantes y exportadores de productos primarios; con el único fin de llegar a la masificación de todos los productos de exportación y por lo tanto convertir al país en un fuerte competidor a nivel mundial.

Partiendo de aquello es importante mencionar que la provincia de Chimborazo posee zonas que están estrictamente dedicadas a la agricultura y ganadería, por lo que poseen una gran producción de lácteos, ya que cuentan con la materia prima lo que ayuda a la reducción de costos; así el producto posee una gran acogida a nivel nacional.

Específicamente la Corporación COCIHC es un referente de la industria de lácteos, la planta se encuentra ubicada en la ciudad de Cajabamba y vende sus productos a nivel nacional, en esta se procesa diariamente 15.000 litros de leche, con las cuales elaboran yogurt, queso y leche, proporcionando una capacidad productiva de 4000 quesos diarios; así mismo en la industria laboran 10 personas, entre técnicos, especialistas y obreros.

En enero del año 2010 la Corporación consiguió el certificado de “Operación Sobre la Base de la Utilización de las Buenas Prácticas de Manufactura” cumpliendo con lo que establece la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

El principio fundamental de la empresa es cumplir con las obligaciones que establecen las autoridades de control para poder avanzar adecuadamente.

La Corporación COCIHC cuenta con alrededor de 28 comunidades, mismas que fundaron la organización, son estas comunidades quienes ofrecen a la empresa alrededor de 25 mil litros diarios de leche; lo cual marca una clara sobreproducción, para atender a este problema la empresa se ve obligada a realizar entregas de 10 mil litros a otras empresas lácteas de la ciudad de Riobamba y San Juan. Esto ha causado pagos atrasados, controles permanentes y descuentos en los ingresos de proveedores, lo que ha generado malestar en las diferentes comunidades proveedoras de leche.

Es así que el proceso de exportación se ve como una alternativa que dé solución a los problemas ya señalados; sin embargo, el desconocimiento de los procesos de exportación, el análisis de mercado y proveedores no ha permitido ejecutar el proceso.

Es por ello que se propone realizar un proyecto de exportación de Queso Maduro desde la Corporación COCIHC de la ciudad de Cajabamba Ecuador, hacia la ciudad Queens-Estados Unidos, en el período 2017, herramienta que ayudará a direccionar los procesos que se deberán cumplir en la gestión de exportación, mismo que será de gran utilidad para la empresa.

1.1.1. Formulación del problema

¿Por qué es necesario elaborar un proyecto de exportación de Queso Maduro desde la Corporación COCIHC de la ciudad de Cajabamba Ecuador, hacia la ciudad Queens-Estados Unidos, en el período 2017?

1.1.2. Delimitación del problema

El presente trabajo de investigación a realizar, se desarrollará en:

Campo:

- Comercio Exterior

Característica principal:

- Analizar el mercado Queens New York.

Características secundarias:

- Tiempo de investigación
- Distancia
- Costos
- Negociación
- Ubicación del producto

Diagnóstico:

Las exportaciones ecuatorianas se dividen en tradicionales y no tradicionales. Dentro de las cuales se generan divisas al país. Por lo cual se necesita mayor arranque y desarrollo para realizar exportaciones de productos nacionales hacia nuevos mercados de diferentes regiones del mundo. Estableciendo así un posicionamiento de la identidad del Ecuador en países extranjeros.

De acuerdo con lo establecido mediante esta propuesta que pretende implementar la exportación de Queso Maduro conociendo que existen altos índices de consumo y gran cantidad de población latina que disfruta de este producto en el estado de Queens New York.

Aspecto:

- Comercialización

Delimitación Temporal:

- Enero a Diciembre 2017

Delimitación Espacial:

- La presente investigación se llevará a cabo en las instalaciones de la Corporación COCIHC, de la ciudad de Cajabamba, Ecuador, en el periodo 2017.

1.2 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo al (Ministerio de Comercio Exterior, 2016), el consumo mundial de productos lácteos se incrementará en promedio 24% en el periodo 2012-2022, debido a la mayor capacidad adquisitiva de la población en varios países. Además el cambio de la matriz productiva que impulsa el Gobierno ecuatoriano busca el incremento de la oferta exportable, así como de la productividad y calidad y la producción intensiva en innovación, tecnología y conocimiento.

Estados Unidos es un país, que es considerado como una de las mayores potencias económicas mundiales, por lo tanto es uno de los mercados más importantes para la comercialización de cualquier producto, el consumo anual del queso en los años 70 fue de 3,5 kilos por persona, en la actualidad es de 10,5 kilos; datos que indican el crecimiento en los hábitos de consumo de este producto (Martín, 2012).

En la ciudad de Nueva York la presencia de latinoamericanos cada vez es más notoria, es por ello que actualmente en los diferentes distritos que componen la ciudad aproximadamente se dividen de la siguiente manera el 32% radica en el Bronx, el 21% en Brooklyn, el 17% en Manhattan, el 4% en Staten Island y el 21% en Queens (Lombard, 2017).

En la actualidad en el condado de Queens habitan cerca de 2.270.338 personas. Los mismos que se encuentran dividido el 30,7% son de descendencia europea, el 26,5% son latinoamericanos especialmente ecuatorianos, el 19,2% son afroamericanos, el

21,2% son asiáticos y el porcentaje restante son personas de otras nacionalidades (Hagstrom, 2016).

Es por esta razón, resulta relevante que COCIHC empiece a desarrollar procesos de exportación de productos innovadores y solicitados en el mercado, con el objetivo de expandir sus mercados así como las oportunidades de trabajo y expansión de la empresa, dando así mayor cobertura del producto.

Mediante el proyecto de exportación, la Corporación COCIHC se transformará en una empresa de mayor competitividad, con gran posibilidad de obtener rentabilidad, constituyéndose de esta manera, como una oportunidad para la apertura de nuevos mercados y nuevo público objetivo.

De esta manera el proyecto de exportación se convertirá en una herramienta importante para los directivos de la Corporación quienes apoyarán sus decisiones en el presente trabajo y de la misma manera el desarrollo de la investigación será una guía para futuros estudios. Cabe señalar que para la investigación se cuenta con el auspicio de la Corporación COCIHC teniendo acceso a la información necesaria. Además, existe material bibliográfico actualizado para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Diseñar un Proyecto de Exportación de queso maduro hacia la ciudad de Queens-Estados Unidos, para incrementar en nivel de ingreso de la Corporación COCIHC de la ciudad de Cajabamba en el periodo 2017.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Analizar el estado de situación actual de la Corporación COCIHC de la ciudad de Cajabamba, a través de la utilización de instrumentos investigativos para la determinación de los problemas existentes en la organización.
- Realizar un estudio de mercado para la exportación de queso Maduro en el estado de Queens –Estados Unidos, para la determinación de la factibilidad del proyecto mediante el uso del consumo aparente.
- Realizar una evaluación financiera para determinar la viabilidad de la exportación de queso maduro de la Corporación COCIHC, utilizando parámetros y lineamientos que se enfoquen el incremento de los niveles de ingreso.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Tema: Diseño de plan de exportación de pulpa y dulce de guayaba producido en la Provincia de Tungurahua para el mercado alemán de Nuremberg Alemania.

Autor: (Jeniffer Evelyn Barreno, Karen Astrid Flores, 2012)

Conclusión: El objetivo de la investigación se basó en el proceso de exportación de pulpa de guayaba, para lo que fue necesario el estudio de factibilidad que permita generar detalles de todos los aspectos que se deben considerar para la realización de la comercialización en el exterior de acuerdo al estudio de factibilidad se obtuvo una TIR de 25% lo que demostró que el proyecto es viable y se puede obtener ganancias del mismo.

Así también mediante la aplicación de la formulas respectivas se obtuvo un VAN de \$172,676.82, lo cual evidencia que el proyecto es rentable y determina la aplicación de la exportación en cuanto a cada uno de los estudios realizados (Barreno & Flores, 2015).

Tema: Plan de exportación de café Hamburgo, Alemania

Autor: (Sánchez, 2014)

Conclusión: Es fundamental para las pequeñas y medianas empresas conocer en qué consiste una exportación y los pasos y procedimientos que ésta genera, debido a que, por desconocimiento y factores que influyen en las MIPYMES (problemas de financiamiento, así como la falta de producción), los productores no exportan. Es fundamental que el futuro exportador tenga el conocimiento necesario para realizar comercialización en cualquier ámbito extranjero.

Las exportaciones son de suma importancia debido a que generan crecimiento económico en el país, además de que las empresas conocen nuevos mercados

incrementando ventas, producción, generan empleos y tienen nuevas relaciones comerciales (Sánchez, 2014).

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Se ha realizado la fundamentación teórica de acuerdo a la información requerida y necesaria para el desarrollo de la presente investigación.

2.2.1. Proyecto

En la actualidad son varias las definiciones que se le otorga a la concepción de proyecto, la definición comúnmente dada es que es una herramienta que sirve para buscar, recopilar, crear y analizar de manera sistemática un resumen de datos y antecedentes, que ayudan a la obtención de resultados esperados.

Según (Sarmiento, 2010) un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente: idea, inversión, metodología o tecnología por aplicar al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana en todos sus alcances: alimentación, salud, vivienda, educación, cultura, defensa, visión y misión de vida, economía, política, etc. Todo proyecto presenta las siguientes etapas o ciclo de vida: identificación y diagnóstico, formulación y diseño, ejecución, evolución, resultados y efectos.

Así también surgen las diferentes definiciones a que el proyecto es una idea que busca la solución de un problema o a su vez el de aprovechar una oportunidad de negocio.

También se lo define como una secuencia lógica de pasos a seguir para obtener el conocimiento específico en una determinada área, esto se logrará a través de la recolección y análisis de datos (Sarmiento, 2010).

Un proyecto está relacionado según el ámbito de la temática y la perspectiva o el objetivo que se desea llegar a determinar de manera general, estableciendo una adaptación proyectista en un cierto tema. Lo que primero se debe saber es conocer es el

tipo de estudio que se está por realizar un ejemplo bien claro es un proyecto de investigación, un proyecto de inversión social, y de inversión privada (Sendin, 2012).

De esta manera se puede evidenciar que existen diferentes tipologías para la elaboración de proyectos, es así que se pueden encontrar en el siguiente gráfico:

Gráfico 1 Tipos de proyectos



Fuente: (Arias, 2012)

Elaborado por: William Pilco, 2017

En tal contexto el término proyecto hace referencia a la planificación o concreción de un conjunto de acciones que se van a llevar a cabo para conseguir un fin o propósito determinado.

2.2.2. Fases de un proyecto

Un proyecto de investigación sea cual sea su tipo está enmarcada a seguir ciertas fases y pasos en las que se puede determinar ciertos parámetros, de esta manera a continuación se detalla las fases a seguir:

2.2.2.1. Evaluación inicial

Un proyecto siempre empieza por la base de una necesidad, se analizan las condiciones sociales económicas del producto, se estudió el mercado hacia donde se requiere ingresar con el producto o servicio, así como también los posibles clientes, formas de pago.

Al elaborar un proyecto es necesario tomar en consideración un análisis o evaluación inicial, este es un estudio exhaustivo de las necesidades, falencias, ventajas y desventajas existentes y detectadas así también la realización de una reflexión acerca de su origen, causas y el posible actuar ante las mismas. (Quintero, 2013)

2.2.2.2. Planificación

La planificación es un proceso, es decir una actividad continua y unitaria que no termina con la formulación de un plan determinado, más bien implica un reajuste permanente entre medios, actividades y fines; sobre todo, de vías y procesos a través de los cuales se pretende incidir sobre algunos aspectos de la realidad. Estos reajustes se hacen de acuerdo a una estrategia que tiene en cuenta los diferentes actores sociales y factores eventuales que actúan e inciden en el mismo escenario en que se desarrolla el plan o programa (Quintero, 2013).

En esta fase ya después de ser detectadas las necesidades y analizado su origen, se realizará el diseño del proyecto. Para ello, es necesario definir los objetivos que se persiguen, la metodología a utilizar, el seguimiento que se dará, la organización al personal, los costos estimados, la financiación a utilizar, las estrategias de comunicación a ser utilizadas en el proyecto y finalmente los indicadores a ser tomados en cuenta para un proceso de evaluación (Quintero, 2013).

2.2.2.3. Puesta en marcha del proyecto

Mediante esta etapa se pone en marcha lo planificado de manera que se lleve a cabo cada uno de los pasos generados, así como también se emplean las estrategias efectivas y actividades planteadas principalmente. Para así continuar con el seguimiento y evaluación que deberá ser continua ya que este proceso es fundamental para conseguir y asegurar eficacia en el proyecto.

2.2.2.4. Evaluación final

Una vez que el proyecto esté finalizado es importante generar la evaluación de los resultados obtenidos, tomando en cuenta los objetivos que inicialmente fueron planteados se alcanzaron u en que porcentaje. Así mismo en esta fase se estudia un análisis de lo que es un análisis de los resultados en donde se refleja cada dificultad que se ha encontrado en las etapas de manera que sea superado.

En el mundo de los negocios, la elaboración de proyectos es importante debido a que permite alcanzar los objetivos de una manera adecuada y precisa. La gestión se encarga de integrar cada una de las fases de la planificación de un proyecto, así como los materiales tanto económicos como personales (Arias, 2012).

2.3. Exportación

Las exportaciones son actividades comerciales ya sea de bienes o de servicios que se realizan entre distintos destinos, enviados fuera del territorio nacional (Arias, 2012).

De acuerdo a (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012), la exportación es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una zona especial de desarrollo económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

2.3.1. Exportación Directa

La exportación directa se basa en aplicar buenos conocimientos de los mercados exteriores ya sea en el mercado de consumo de productos y de servicios. Para la creación de sucursales de venta y almacenes como la intervención de empresas comerciales o mayoristas, que recurren a determinar estrategias para conocer las necesidades de los clientes (García, 2015).

Para establecer una exportación directa es necesario tener en cuenta lo siguiente:

- Economía
- Población
- Mentalidad

- Gustos
- Ferias

Es importante conocer que la exportación directa en la mayor parte de los casos requiere de un largo plazo de financiación, debido a que se basa en un riesgo de crédito, particularmente en la industria que elabora o fabrica bienes. El balance entre los gastos y beneficios es fundamental para para conocer el circuito de distribución directa.

2.3.2. Exportación indirecta

La exportación indirecta es aquella que se enfoca a la comercialización de un producto a personas intermediarias las mismas que se encargan de hacer llegar el producto al consumidor final. El fabricante limita su actividad básicamente a entregar la mercadería.

El productor, en este caso vende la mercadería que se encuentra destinada a la venta en el mercado interior, una de las características principales es que se debe poner a disposición el capital que se necesita para cumplir con los requerimientos del comprador mayorista, tomando en cuenta la variación de precios (Morales C. , 2000).

2.3.3. Generalidades de la exportación

(Barreno & Flores, 2015) manifiestan que dentro de las generalidades que forman parte de la exportación se ha desarrollado y se ha implementado la matriz productiva del Ecuador dentro del mismo se encuentra “Exporta Ecuador”, la misma que es una iniciativa que promueve el desarrollo de aumentar las exportaciones de productos ecuatorianos, el programa está encaminado a mejorar y fomentar la inclusión del desarrollo de pequeñas y grandes empresas artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo al aumento de la divisas en el Ecuador.

Los exportadores pueden acceder al programa desde todas las partes del país de manera fácil y accesible como es por la página web Exporta Fácil, donde se podrá realizar los trámites de exportación de manera accesible.

Los proyectos que implementa el Gobierno Nacional se lo realizan con el objetivo de brindar una ayuda para los pequeños productores artesanos generen trámites para exportar los productos de manera rápida y accesible, para lo cual el Ministerio de Industrias y productividad se encargan de las capacitaciones a micro exportadores en todo el Ecuador.

2.2.4. Proceso previo a la exportación

De acuerdo al autor (Arias, 2013), el proceso de exportación consiste en el desarrollo de ocho pasos, que se deben cumplir por las empresas que desean ser partícipes de esta actividad comercial, describiéndolos de la siguiente manera:

La primera etapa se basa en la empresa o identidad que desea exportar empezando por la base de un contrato con la entidad que es denominada como el efecto para el cliente. La mercadería está basada en la compra o adquisición que es par quien se produce, en muchos casos pequeñas y medianas empresas, la mayor parte de los casos se compra a un proveedor, que actúa como intermediario en la venta (Carvajal, 2013)

La segunda etapa está basada en proveer o enfatizar un adecuado producto según las normativas que estipule el país de destino, básicamente se basa en el cumplimiento de la certificación del producto, la normalización y todos los requerimientos que se exigen. Este proceso es conocido también como un procedimiento costoso y muy complejo.

Seguidamente se deben realizar contratos con la organización que realiza la exportación, con el proveedor y clientes, el contrato debe contener las condiciones sobre la entrega del producto o de servicio: entre las principales características se encuentran el total de unidades, el precio, las características, el peso, y la forma de pago. Es considerable que entre las partes consideren acordar una señal de compra de manera que se pueda cubrir los gastos de envío, así como también garantizar el compromiso con el cliente.

Entre otro de los pasos a considerar se encuentra la manera en que es transportada la mercancía desde el lugar de origen hacia el de destino en este caso el recinto aduanero en donde se realizan los trámites correspondientes para la exportación pertinente. Tanto el transporte como el almacenamiento deben contar con un seguro que garantice al

productor o dueño. El proveedor tiene el respaldo y derecho de exigir el pago puntual y parcial de los productos. (Arias, 2012)

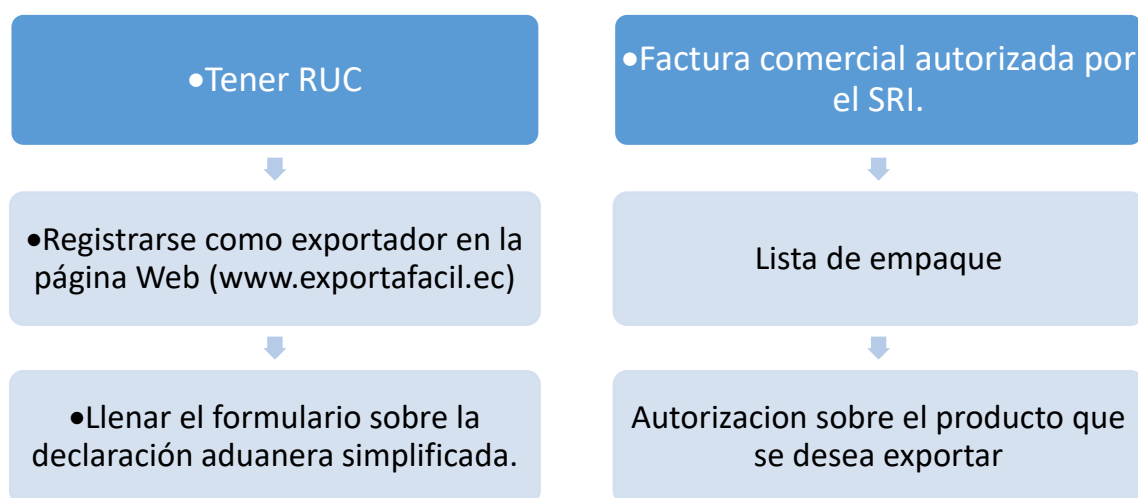
La mercancía ingresa a la aduana del sector de importación, para inmediatamente ser despachada. Es ahí donde el agente de aduanas contratado por la organización realiza los trámites.

La mercadería es transportada hasta las dependencias del cliente, en ocasiones puede haber presentarse la necesidad de requerir un almacén que sea el intermediario si se actúa como mayorista y se sirve a varios clientes con un envío igual.

2.2.5. Requisitos para Exportar

Entre los requisitos que se necesita para la implantación de las exportaciones se encuentran las siguientes:

Gráfico 2 Requisitos para exportar



Fuente: PRO ECUADOR (2017)

Elaborado por: Willian Pilco

2.2.6. Exportaciones del Ecuador

Según, el Banco Central del Ecuador las exportaciones no petroleras en el año 2016, decrecieron en un 52,95% en comparación con el año 2015, en donde se exportaron 291 millones que representaron 1.91 toneladas mientras que la exportación de productos no tradicionales industrializados decreció en un 2.70%.

En lo que se refiere al año 2016 los productos que representaron fueron el banano y plátano se constituyó como uno de los principales bienes del sector de exportación representado por un porcentaje de 42,26; así como las participaciones no petroleras, en cuanto a la acuicultura tiene una participación de 23,14%, como tercer lugar está ubicado el sector pesquero que representa el 11,69% en lo que tiene que ver con las flores y plantas está representado por el 7,36%.

Los principales destinos de las exportaciones del Ecuador son los Estados Unidos (\$5,44 miles de millones), Chile (\$1,15 miles de millones), Vietnam (\$1,12 miles de millones), el Perú (\$939 millones y Colombia) (Banco Central del Ecuador, 2016).

Gráfico 3 Principales orígenes de las exportaciones del Ecuador



Fuente: Banco central del Ecuador, 2016

2.2.7. Pasos de exportación en Ecuador

Paso 1: 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. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012)

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- 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.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son, (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012):

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

Paso 2: 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 (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).

Paso 3: Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción (Carrasco, 2011).

Consisten en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, es decir, todos los ítems de inversiones, ingresos y costos que puedan deducirse de los estudios previos, para elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad (Palacios,2011).

2.3. Proyecto de Exportación

Un proyecto de exportación está basado en los productos o servicios que ofrece la organización o empresa, lo que busca un proyecto es introducir sistemáticamente un producto en mercados internacionales maximizando la rentabilidad y eficiencia, contribuyendo a conocer las necesidades, precios, ganancias optimizando el negocio. El proyecto de exportación no es más que una forma organizada de exponer: lo qué queremos exportar, a dónde queremos exportar, cómo lo vamos hacer y con qué recursos contamos para hacerlo (Bernácel, 2015).

La parte principal de un proyecto de exportación se basa en incluir a donde se quiere llegar y de qué manera estableciendo las características entre los aspectos a estudiar se encuentran políticas, legales, económicos y socioculturales. En esta sección se define una estrategia de penetración al mercado meta compatible con los objetivos de largo plazo que tenga la empresa. Se debe exponer que es factible de llevar a cabo la

operación desde el punto de vista administrativo, técnico, financiero, y comercial. Es necesario incluir todo aquello relacionado a los aspectos internacionales de la operativa como también de la producción. A continuación, están detallados los elementos que deberían contener estos segmentos.

Aspectos Internacionales: Precio de Exportación, Logística internacional, Requisitos formales para exportar/importar, Barreras arancelarias y no arancelarias, Cotizaciones (INCOTERMS), Contratos, formas de pago, negociaciones, Envase/embalaje, Seguros, Promoción, Distribución, Actividades de desarrollo del mercado, Contactos en el extranjero (Armijos, 2014).

El Proyecto de Exportación no pretende realizar profundos análisis de viabilidad económica y financiera que permitan asumir una posición respecto a las ventajas competitivas que cada mercado estudiado tiene. Solamente busca concentrar, de manera sistemática y organizada, las principales variables informativas que permitan tomar una decisión respecto a cuál de los mercados considerados se le debe practicar una investigación más profunda y detallada. Lo que se intenta es evitar que las empresas se lancen a la aventura exportadora sin tener los mínimos elementos de juicio que les permitan enfrentar de mejor manera las variadas y complejas circunstancias que los mercados del exterior demuestran (Kinneer, 2012).

El Proyecto de Exportación está conformado por cinco capítulos con los que se pretende dar una visión clara de lo que es y lo que implica la actividad exportadora, dichos capítulos están dirigidos a la elaboración de un análisis de la oferta de exportable, a conocer las principales políticas que las autoridades del mercado de origen han establecido para el fomento de las exportaciones, a seleccionar el mercado-meta, a recomendar preliminarmente una estrategia específica de penetración al o los mercados seleccionados y, finalmente, a analizar la factibilidad inicial del proyecto (Mendoza, 2013).

2.3.1. Estructura de un proyecto de exportación

Según (Barreno & Flores, 2015), del libro exportación efectiva, un proyecto de exportación sigue cuatro fases entre ellas se encuentran las siguientes:

- Estudio y análisis del mercado
- Estudio y análisis técnico
- Análisis de la rentabilidad económica financiera
- Estrategias preliminares de acceso

2.3.1.1. Estudio y análisis de mercado

El estudio de mercado es uno de las más decisivos e importantes al diseñar un proyecto, ya que a través del mismo se establece el nivel de la oferta y demanda, elementos claves para la determinación de la viabilidad de un proyecto (Bernácel, 2015)

Mediante este proceso se conoce y se analiza la parte legal que se enfatiza en la organización que se enfoca en la exportación, tienen relación principalmente con las políticas prioridades nacionales que para el sector externo de la economía han establecido las autoridades correspondientes. Mediante el conocimiento de las exigencias definidas para la exportación e importación, que se basan en los lineamientos de la política arancelaria de acuerdo a las características principales del cómo se deben emprender las negociaciones de los apoyos financieros (Morales D. , 2013).

2.3.1.2.Demanda

“Es la suma de las adquisiciones de un bien o servicio por parte de las personas físicas y/o jurídicas, para satisfacer sus necesidades” (Sánchez, 2014)

De acuerdo a lo que manifiesta (Sarmiento, 2010), este término hace referencia a la relación entre a los clientes o posibles clientes que consumirán un producto.

Por otro lado, la demanda se determina por las cantidades que los consumidores están dispuestos a adquirir relacionando los precios.

Es necesario mencionar, que en este tipo de proyectos es necesario conocer la demanda existente actual, para poder realizar las proyecciones correspondientes basadas en datos históricos. Este tipo de cálculo es necesario para proyectar el incremento de los clientes con el transcurso del tiempo.

La demanda de productos orgánicos y naturales surge de una conjunción de necesidades del consumidor. Esta necesidad se transforma en demanda y comienza a ser interpretada y “saciada” por el sector productivo. A diferencia de otros productos o movimientos que surgen de la tecnología y son impuestos como necesidades a la sociedad, la demanda de 49 productos naturales nace en el consumidor y despierta el interés en la producción ante la potencialidad del negocio.

La demanda de productos orgánicos y naturales surge de una conjunción de necesidades del consumidor. Esta necesidad se transforma en demanda y comienza a ser interpretada y “saciada” por el sector productivo. A diferencia de otros productos o movimientos que surgen de la tecnología y son impuestos como necesidades a la sociedad, la demanda de 49 productos naturales nace en el consumidor y despierta el interés en la producción ante la potencialidad del negocio.

2.3.1.3.Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se obtiene en base a la inferencia estadística, respecto a la aceptación del producto y la disposición de compra expresada por los estudios realizados de acuerdo a una investigación.

Según, (Arias, 2012) la demanda insatisfecha se da cuando la demanda supera a la oferta.

Par determinar la demanda insatisfecha, del consumo potencial se resta el consumo Nacional aparente, dando como resultado la demanda insatisfecha, siendo los datos obtenidos la referencia que Queens sería un mercado potencial o no para la exportación.

2.3.1.4.Oferta

“Es la cantidad de bienes o servicios disponibles en un mercado a un determinado precio y en ciertas condiciones”.

Según lo que manifiesta, la oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles posibles de precios, en un período dado.

De la misma manera que en la demanda, es importante conocer la cantidad actual ofertada de los productos y proyectar el crecimiento de las mismas, datos que permitirán determinar el nivel en el que se encuentra la empresa para satisfacer los requerimientos de la demanda.

Al determinar la diferencia entre oferta y demanda, se establece lo conocido como demanda insatisfecha, es decir que existe mayor demanda que oferta, rara vez existe un equilibrio en el mercado es decir que la oferta sea igual a la demanda.

Las exportaciones de productos lácteos ecuatorianos se expanden a la Comunidad Andina y a Venezuela. En 2011 las importaciones totales de productos lácteos en la Comunidad Andina fueron de USD \$66 millones y en Venezuela de US\$ 509 millones. El principal producto de importación de Venezuela es la leche en polvo que en 2011 registró importaciones totales por US\$ 401 millones, seguida por el queso con US\$ 89 millones y la mantequilla con US\$ 18 millones (Varas, 2014).

2.3.1.5. Estudio y análisis técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

El análisis se enfoca en conocer la empresa, sus antecedentes, y la experiencia que ha obtenido con el tiempo, la capacidad instalada la producción y la experiencia, la capacidad económica, capacidad administrativa, la situación financiera en que se encuentra como el personal que labora en la misma. Entre el análisis importante también se debe considerar el producto que se desea exportar, cada una de las

características técnicas como son el precio, el contenido entre otros atributos importantes que se considera para la exportación. Y en si toda aquella información que permita determinar las necesidades del cliente de manera que pueda satisfacer las necesidades del mismo (Morales C. , 2000).

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca, 2010)

El estudio Técnico está relacionado directamente con los procesos de producción, de lo cual requiere aspectos técnicos y características de operación dentro de los cuales se encuentran los siguientes:

- Especificaciones e insumos
- Descripción de proceso productivo
- Cronograma de producción
- Selección de maquinaria
- Distribución en planta

2.3.1.6. Análisis de la rentabilidad económica financiera

Las posibilidades económicas del proyecto a través del análisis de algunas variables de índole presupuestal y financiero. Asimismo, se tendrán que considerar las ventajas del mismo en relación, no solamente con el aspecto exclusivamente contable, sino y principalmente hacia la detección de los beneficios reales que puede traer consigo su ejecución, comparado necesariamente con la problemática que generó la idea de dedicarse al rubro exportador (Martín, 2012).

De acuerdo con (Martin & Martinez, 2012), el estudio financiero es aquel que se orienta a determina verificar la factibilidad económica y financiera del proyecto, por lo tanto, se debe considerar:

- Inversión del proyecto
- Inversión en Activos Fijos

- Inversión en Activos Diferidos.
- Depreciación y amortización
- Capital de Trabajo
- Financiamiento
- Costos
- Gastos
- Ingresos totales
- Flujos de Caja del proyecto
- Estado de pérdidas y ganancias
- Evaluación financiera

2.3.1.6.1. Métodos de Evaluación Financiera

Valor Actual Neto (VAN).

Según (Carvajal, 2013), el valor actual neto de un proyecto de inversión se define como el valor actual de todos los flujos de caja generados por el proyecto de inversión menos el costo inicial necesario para la realización del mismo.

Es la suma algebraica de la inversión total con signo negativo más los flujos de caja de cada año, pero actualizados a una tasa referencial llamada la **TMAR** o tasa actualizada.

- Si el VAN es positivo el proyecto se acepta (existe ganancias)
- Si el VAN es cero se acepta o rechaza el proyecto (cubre las inversiones)
- Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto (existe pérdida)

Tasa Interna de Retorno (TIR).

Según (Armijos, 2014), la tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión se define como aquel tipo de actualización o descuento que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización o descuento que iguala a cero el valor actual neto.

Es la tasa que convierte al VAN en cero, esto significa que la totalidad de los flujos positivos actualizados son exactamente igual a la totalidad de los flujos negativos actualizados.

Lo que significa que es la tasa más alta que los inversionistas pueden pagar sin perder su dinero. Si remplazamos dicha tasa (TIR) en la fórmula del VAN, este nos dará como resultado cero.

- TIR mayor a Tasa de actualización se acepta el proyecto.
- TIR igual a la tasa de actualización se acepta o rechaza el proyecto.
- TIR menor a tasa de actualización se rechaza el proyecto.

Período de recuperación de capital. - es el tiempo en que se recupera el capital invertido en el proyecto. (Vaquiro, 2010)

Relación beneficio costo. - Es la relación entre todos los ingresos de efectivo actualizado del proyecto divididos para los egresos actualizados incluyendo la inversión.

2.3.1.7. Estrategias preliminares de acceso

La última fase, una vez finalizado el proyecto, se tendrá que dar la evaluación de los resultados obtenidos, es decir, si los objetivos que se plantearon inicialmente se han alcanzado y en qué grado. Además, en esta fase, lo ideal es realizar un análisis de los resultados, en el que se reflejen tanto las dificultades encontradas por el camino como la forma en que se han superado (Ruíz, 2013).

2.3.1.7.1. Estrategias de Forma de pago

La forma de pago es una de las estrategias preliminares para la comercialización del producto, para ello se debe tener una serie de cláusulas las misma que deben ser estipuladas en el contrato con el fin de que se cumplan con los requisitos tanto para el comprador como para el vendedor.

Es importante mencionar que existen diferentes maneras de pago con las que operan las empresas depende en gran medida del tipo de producto y la época.

2.3.1.4.2. Estrategias de promoción

La estrategia de promoción está inmersa en la manera de dar a conocer el producto entre una de ellas se encuentra la asistencia a ferias como también la promoción mediante el directorio de exportadores. Otra de las maneras que las empresas utilizan en la actualidad para establecer la promoción de los productos es mediante la tecnología debido a que contribuye al enlace global con las empresas.

2.4. Comercio Internacional

El comercio internacional incorpora las transacciones globales de los productos. Un ejemplo claro de ello es el precio del petróleo, que está sujeto a un cambio en su precio en razón del comercio internacional. De manera que el petróleo se ve afectado por los sucesos económicos y comerciales del mundo.

Está definido como el intercambio de bienes que se da entre espacios económicos diferentes, la sistematización de la actividad de comercio exterior, intervienen agentes públicos y privados, este no únicamente se da entre países, sino entre agentes de un país con agentes extranjeros de empresas privadas o públicas que actúan ajustadas a legislaciones nacionales y de intercambio comercial o mercantil. (Montesdeoca & Zambrano, 2012)

2.4.1. Factores que influyen en la decisión de ingresar a un mercado extranjero

Las empresas deciden internacionalizarse debido a diferentes razones, estas pueden clasificarse en proactivas o agresivas y reactivas o defensivas.

La principal razón por la que empresas deciden expandir sus operaciones al extranjero es debido a que ven su competitividad amenazada o a su vez decayendo; para poder seguir compitiendo estas organizaciones toman decisiones rápidas para obtener posiciones importantes en mercados claves tales como: Estados Unidos, Europa y

Japón, entre los destinos de mayor relevancia para exportaciones desde América Latina. (Deresky, International Managment, 2014)

Según, (Deresky, 2010) las razones reactivas por las que las empresas deciden iniciar operaciones en el extranjero son:

- Globalización de su competencia
- Demanda de consumidores

Así también de las razones proactivas que tienen las empresas para iniciar operaciones en el extranjero son las siguientes:

- Economías a escala
- Acceso a recursos
- Ahorro de costos
- Incentivos
- Oportunidades de crecimiento

2.4. Incoterms

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato (Arias,2012).

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional (Marques, 2017).

2.4.1. Clasificación de los Incoterms por medios de transporte

2.4.1.1.EXW (En Fábrica)

Este icoterm es utilizado por la persona que oferta el producto este caso el vendedor, ya que es quien pone la mercancía a disposición de la parte interesada, a través de la disposición de comprador. Todos los gastos que se realicen para la exportación deben correr por cuenta del comprador, el incoterm puede ser utilizado mediante cualquier tipo de transporte (Pro Ecuador, 2016).

2.4.1.2. FAS (Free Alongside Ship)

Significa que una vez que la mercadería se la coloca en el puerto de embarque a un costado del buque el vendedor ya no tiene ninguna responsabilidad de la mercadería, lo que quiere decir que es el comprador quien tiene la responsabilidad de asumir el pago por el transporte y de asumir los riesgos que contrae la misma como pueden ser daños perdidas entre otros (PROECUADOR, 2015).

2.4.1.3. FOB (Free On Board)

El término FOB, hace referencia a las exigencias con las que debe cumplir el vendedor como el despacho de la mercadería, todo lo que tenga que ver con el empaque y el embalaje, transporte desde la fábrica hasta el lugar de embarque, y todos los gastos de exportación. El FOB, es uno de los términos que más se utiliza por los negociadores ya que beneficia para cualquier tipo de carga.

2.4.1.4.FCA (Free Carrier)

El término FCA, es aquella en donde el vendedor debe cumplir con la entrega de la carga en el lugar fecha y tiempo indicado. Dentro de este término igual se deben cumplir las obligaciones de carga y descarga. En el caso que el comprador requiera que se le haga la entrega en los locales comerciales se debe cumplir con esto, de lo contrario la mercadería solo llegará hasta el lugar de descarga.

2.4.1.5.CFR (Cost and Freight)

Significa que, el vendedor tiene la responsabilidad de hacerse cargo de los costos de traslado, como del transporte, esto hasta que la mercancía llegue al lugar de destino,

tomando en cuenta que en caso de que exista algún riesgo quien se encargará de los gastos será el comprador tomando en cuenta que se lo considera desde que el buque se encuentra en el destino de origen.

2.4.1.6. DEQ (Entregadas sobre buque)

El término DEQ, es aquel en el cual el vendedor entrega la mercadería bajo las normativas impuestas por el comprador, ya sea en el punto de destino acordado. Es el vendedor quien asume todos los costos relacionados con el embarque y traslado de la carga. Este término exige que el comprador se encargue de despachar las mercaderías para la importación con el fin de que se haga cargo de los impuestos, trámites y derechos.

2.4.1.7. DDU (Delivery Duty Paid)

Es aquel en donde el vendedor se encarga de entregar las mercaderías al comprador, despachándolas hasta el lugar de embarque. Es el vendedor quien asume todos los gastos de exportación, de transporte, como de los trámites aduaneros, así como de los gastos necesarios para la importación de destino.

2.4.1.8.DAF (Delivered at frontier)

Este término se basa en que el vendedor cumple con todas las obligaciones una vez que la mercadería se encuentra despachada en la aduana lista para la exportación, en el punto indicado para su transportación. Se puede hacer referencia de la independencia a través del modo de transporte cuando las mercaderías deben entregarse en una frontera terrestre.

2.5. Producción de queso en el Ecuador

La producción de queso en el Ecuador en los últimos años ha tenido un importante crecimiento dentro del ente económico y productivo para el país. El queso tiene una alta

demanda por lo que se ha convertido en unos de los productos más consumidos y por ende rentable para las empresas lácteas, las mismas que tienen la oportunidad de incrementar sus utilidades.

El mercado Ecuatoriano de queso es muy dinámico, según estudios realizados un 83% de los hogares urbanos de las principales ciudades del país consumen de manera regular este producto, lo que representa que más de un millón de hogares. El mercado más grande sin lugar a dudas es el queso fresco ya sea por la materia prima y los precios.

2.5.1. Importancia del Queso

El queso es un alimento de alto valor nutritivo y gastronómico, fácil de incluir en la alimentación. Su valor energético dependerá esencialmente de su contenido en grasas, las cuales dependerán también del tipo de leche con la que se elabora el queso (entera, semi o desnatada) y del contenido de suero: a mayor contenido de suero, menor contenido de grasas, nutrientes, y viceversa (Ministerio de Comercio Exterior, 2016).

La presencia de proteínas es muy variable, oscilando entre el 8% de los quesos frescos al 40% de los quesos de pasta prensada cocida.

Respecto a las vitaminas, el queso es una buena fuente de vitaminas hidrosolubles como la B1 y B2, así como liposolubles A y D, cuyo contenido dependerá de la mayor o menor presencia de grasa. De la misma manera, el calcio y el fósforo participan de forma importante en la composición nutricional del queso. (Bernácel, 2015)

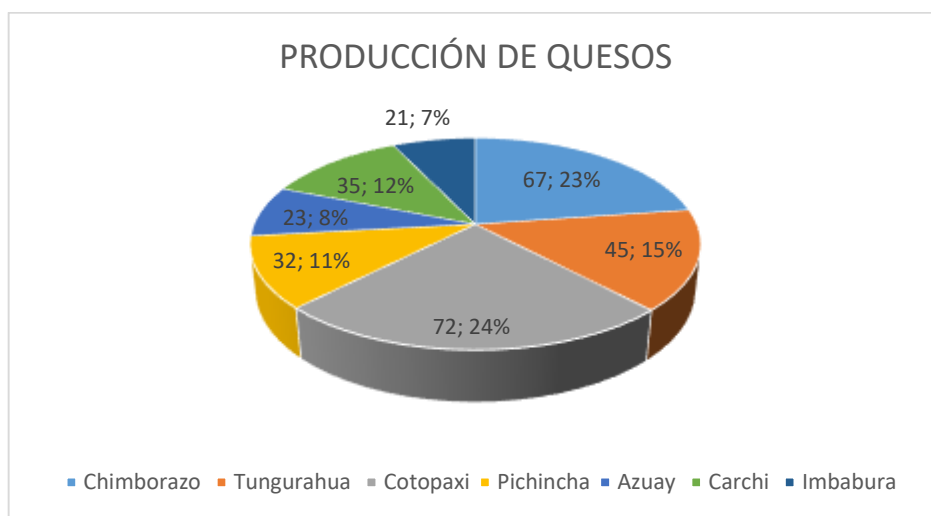
2.5.2 Consumo de lácteos en Ecuador

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

Según el Ministerio de Comercio Exterior (2016), el consumo mundial de productos lácteos se incrementará en promedio 24% en el periodo 2012-2022, debido a la mayor capacidad adquisitiva de la población en varios países, así como también al crecimiento

del sector de alimentos y comidas rápidas como pizzas, hamburguesas de queso, entre otras. El consumo mundial de mantequilla se estima se incrementará en 35%, la de queso en 15% y leche en polvo 23%. El cambio de la matriz productiva que impulsa el Gobierno ecuatoriano busca la sustitución de importaciones de yogur, suero deshidratado, leche condensada y evaporada, el incremento de la oferta exportable, el incremento de la productividad y calidad y la producción intensiva en innovación, tecnología y conocimiento. De acuerdo al (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2016), refleja los siguientes datos estadísticos que se presentan en el gráfico a continuación:

Gráfico 4 Distribución geográfica producción quesos Ecuador 2015-2016



Fuente: (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2016)

Las exportaciones del Ecuador en los últimos años ha incrementado siendo el país de Venezuela el importador más grande, estableciendo un total de \$66 millones, uno de los principales productos que se adquiere es la leche en polvo y los quesos maduros con un total de \$89 millones y la mantequilla con un total de \$18 millones.

El Ecuador tiene la capacidad de las condiciones geográficas y climáticas necesarias para la cría de ganado lechero para poder continuar expandiendo la producción e incrementar el abastecimiento para los mercados regionales, e internacionales a nivel mundial.

2.6. MARCO CONCEPTUAL

Acuerdos Comerciales: Contratos entre dos o más países, mediante los cuales se regulan materias estrictamente comerciales. Tienen carácter de tratados arancelarios para procurar ventajas y seguridad en las aplicaciones de las tarifas y regímenes aduaneros que afectan a los contratantes. (Morales C. , 2000)

Aduana: Unidad administrativa encargada de la aplicación de la legislación relativa a la importación y exportación de mercadería, como el control del tráfico de los bienes que se internan o externa de un territorio aduanero, realizando su valoración, clasificación y verificación, y de la aplicación y la fiscalización de un régimen arancelario y de prohibiciones. (Montesdeoca & Zambrano, 2012)

Aforo: Operación única que consiste en practicar en una misma actuación el examen físico y la revisión documental, de tal manera que se compruebe la clasificación de las mercancías, su avaluación, la determinación de su origen cuando proceda, y los demás datos necesarios para fines de tributación y fiscalización aduanera. (Armijos, 2014)

Arancel: Es un impuesto o gravamen que se debe pagar por concepto de la importación o exportación de mercancías, se aplica en el comercio exterior para agregarle valor al precio de las mismas en el mercado de destino. Este impuesto se grava en las mercancías que se importan con el propósito de equilibrar la producción de un país. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2016)

Certificado de origen: el certificado de origen es un documento emitido en el formato oficial definido en los respectivos reglamentos establecidos definidos por los países otorgantes de preferencias arancelarias en el marco de la UNCTAD y que sirve para beneficiarse del tratamiento preferencial acordado entre las partes. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2016)

Consumidor: En el ámbito de los negocios o la administración, cuando se habla de consumidor en realidad se hace referencia a la persona como consumidor. El consumidor es la persona u organización a la que el marketing dirige sus acciones para

orientar e incitar a la compra, estudiando el proceso de toma de decisiones del comprador.

Contrataciones: Actividad en la cual la empresa extranjera contacta a una empresa manufacturera local con el objetivo de producir algunas partes de su producto o el producto completo; sin embargo todas las responsabilidades sigue siendo de la empresa. (Montesdeoca & Zambrano, 2012)

El Derecho del consumo es la denominación que se da al conjunto de normas emanadas de los poderes públicos destinada a la protección del consumidor o usuario en el mercado de bienes y servicios, otorgándole y regulando ciertos derechos y obligaciones. (Vergara Costina, 2012)

Exportación: Actividad que consiste en vender productos de una determinada organización o empresa destinado al mercado extranjero. (Morales C. , 2000)

Incoterm: Son términos definidos y elaborados por la Cámara Internacional de Comercio (CIC), con la finalidad de establecer un lenguaje estandarizado que pueda ser utilizado por los compradores y vendedores que participan en negocios internacionales. Son reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales fijados por la Cámara de Comercio Internacional. Su objetivo es establecer criterios definidos sobre la distribución de gastos y transmisión de riesgos, entre exportador e importador. Durante la última revisión, en el año 2010 se determinan la existencia de 11 términos: EXW, FAS, FOB, FCA, CFR, CIF, CPT, CIP, DDP, DAT, DAP. Los Incoterms regulan: la entrega de mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de los costes, los trámites de documentos. Pero no regulan: la forma de pago ni la legislación aplicable. Su uso no es obligatorio. (Armijos, 2014)

Licencias: Es el proceso que se da cuando una firma local ofrece una parte de sus activos a una compañía del extranjero a cambio de beneficios, los mismos que pueden ser marcas registradas, tecnología, procesos de producción o patentes. (Morales C. , 2000)

Proyecto de exportación: Es una descripción, análisis y planificación detallados de las actividades de exportación que la compañía planea desarrollar, es una herramienta para presentar a agentes externos que puedan tener una influencia importante en el proceso de exportación. (Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C, 2011)

Sistema Aduanero: es el que se encuentra integrado por el servicio aduanero y los auxiliares de la función pública, el servicio aduanero se encuentra constituido por los órganos de la administración pública que cuentan con competencia legalmente establecida por el estado para aplicar la normativa sobre materia aduanera, comprobar su correcta aplicación, facilitar y controlar el comercio internacional en lo que corresponde a recaudar los derechos arancelarios e impuestos a que se encuentra sujeto el ingreso o salida de las mercancías, de acuerdo con los distintos regímenes que adopte. (Martin & Martinez, 2012)

Sub partida arancelaria: Es un código que identifica un bien con el fin de dar una categoría a la mercancía en el instante de realizar transacciones de comercio exterior. Su clasificación se la realiza dependiendo del régimen de cada país y se basa en el Sistema Armonizado de la Organización Mundial de Aduanas. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012)

2.7. IDEA A DEFENDER

La creación de un proyecto de exportación de Queso Maduro desde la Corporación COCIHC de la ciudad de Cajabamba Ecuador, hacia la ciudad Queens- Estados Unidos, en el período 2017, permitirá la mejora en los niveles de ingresos de los Socios de la Corporación.

2.8. VARIABLES

Variable Independiente: Proyecto de exportación

Variable Dependiente: Mejora en los niveles de ingresos.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es no experimental porque no existe manipulación alguna de las variables en estudio.

Tiene un enfoque cuantitativo, porque se realiza la recolección de datos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento de las exportaciones del país a Queens y es cualitativa porque se realizó el marco teórico sustentando diferentes conceptos con relación al objeto de estudio que sirva de base para realizar el diseño de gestión de calidad para cumplir con estándares de exportación.

3.1.1 Fuentes de Información

Entre las principales fuentes que se utilizaran en el transcurso del desarrollo del trabajo de investigación se encuentran los siguientes:

3.1.1.1. Primaria

Entre las fuentes principales para la recopilación de información se encuentra las encuestas y entrevistas.

3.1.1.2. Secundaria

Para el desarrollo del estudio es necesario el uso, análisis y conocimiento de información secundaria, la cual fue recopilada a través de la investigación en revistas científicas, estudios con temas afines, así como mediante la navegación en páginas web que fueron de tipo especializadas y por tanto confiables, además se realizó la consulta en libros de interés que poseen temas que están en concordancia con los actuales.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. Investigación Documental

Según lo mencionado por el autor (Palella & Martins, 2012), la investigación documental es definida como aquel proceso que se basa en la recopilación de información de diversas fuentes tales como libros, revistas, periódicos, entre otros.

Se utilizará este tipo de investigación para obtener información referente a situación inicial, planificación de exportación, almacenamiento, gestión de inventarios, transporte y distribución es decir todo aquello relacionado con la creación de un proyecto de exportación, lo cual permitirá elaborar el capítulo relativo al marco teórico con el objetivo de dar un sustento científico a la investigación; además servirá como preámbulo para el desarrollo completo del presente estudio, utilizando este capítulo como fuente informativa que ayudará a tener una idea clara acerca de la importancia y las ventajas que tiene el estructurar un proyecto de exportación, y su incidencia en la mejora de la competitividad de COCIHC.

La información que servirá de base para la elaboración de un proyecto de exportación se encuentra en libros, revistas especializadas, tesis, monografías, archivos e internet y en la propia Corporación.

3.2.2. Investigación Exploratoria

Según el autor (Arias, 2012). “La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos”.

De acuerdo al concepto anterior este tipo de investigación permitirá tener una visión clara sobre los problemas presentes en la Corporación y las desventajas que provienen de la falta de un proyecto de exportación de queso maduro, y de la necesidad de fijar lineamientos de acción que orienten los esfuerzos y decisiones del personal y sus

directivos, a fin de que los resultados futuros de la empresa COCIHC, sean los óptimos y esperados.

3.2.5. Investigación de Campo

Según los autores, (Palella & Martins, 2012), definen a la Investigación de Campo: Como la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

En tal medida, esta investigación será de campo debido a que para obtener la información que servirá de base para el desarrollo del proyecto de exportación de queso maduro, para la empresa COCIHC, será necesario estar presente de forma directa con la realidad problemática en la cual se desenvuelve la organización, tanto con su talento humano como en los procesos que se dan dentro de la Corporación.

3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1.1 Método Inductivo

“Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones” (Carvajal, 2013).

Mediante este método que utiliza varios pasos los cuales se comprende en la observación de hechos o acciones para el registro de ellos, el cual beneficiara a la investigación al momento de realizar el estudio de mercado hacia el cual se va a exportar, ya que determinaremos con un análisis la oferta y la demanda por lo cual se aplicaría una comparación de las mismas dando como resultado la demanda insatisfecha.

3.3.1. Métodos

3.3.1.2. Método Analítico

Distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de los elementos por separado “Este método es útil cuando se llevan a cabo trabajos de investigación documental, que consiste en revisar en forma separada todo el acopio del material necesario para la investigación (Maya, 2014).

Se aplicará este método de investigación ya que consiste en la desmembración de un todo, ordenando sus partes o elementos en categorías en las cuales obtendremos capítulos y sus derivaciones para la observación y un orden lógico del estudio.

3.3.1.3. Método Sintético

Es el que analiza y sintetiza la información recopilada, lo que permite ir estructurando las ideas. Los mismos autores citan como ejemplo la labor de la investigación que realiza un historiador al tratar de reconstruir y sintetizar los hechos de la época que está investigando. Este ejemplo nos permite precisar que el análisis y la síntesis son métodos que se complementan entre sí; no se da uno sin el otro (Maya, 2014).

Con el mismo se logrará un análisis general para la determinación y conclusión si el proyecto es viable o no para su aplicación.

3.3.2. Técnicas

Es la estrategia que se emplea para obtener la información requerida, de manera que se cuente con datos informativos que permiten clarificar de mejor manera la situación estudiada (Sandín, 2003).

3.3.2.1. Encuesta

Se empleará la técnica de la encuesta con el fin de obtener información apropiada para conocer la situación actual, la misma será aplicada a los socios de la Corporación.

3.3.2.2. Entrevista

La técnica de la entrevista permite obtener información directa de manera personal mediante opiniones de los directivos de COCIHC.

3.3.3. Instrumentos

Es aquella herramienta necesaria que permite la operatividad de la técnica empleada para la recopilación de la información (Sandín, 2003)

Cuestionario: se aplicará un cuestionario con preguntas cerradas y en menor proporción preguntas abiertas para facilitar la tabulación de resultados.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

La población que se tomará en cuenta para el desarrollo del proceso investigativo está determinada por el total de socios que conforman COCIHC, que corresponde a 500 personas las mismas que están involucradas en el proceso de estudio.

3.4.2 Muestra

En vista que la población es un número significativo se procederá a la aplicación de la fórmula para obtener una muestra que determine el total de encuestas que se debe realizar.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

Z: Nivel de confianza

N: Población de estudio

p: Posibilidades a favor de que se cumpla la idea a defender

q: Posibilidades en contra de que se cumpla la idea a defender

E: Desviación Estándar

n: Muestra

Desarrollo de la Muestra

$$n = \frac{1,96^2 * 0.5 * 0.5 * 500}{(500 - 1)0.05^2 + 1,96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{301}{(499)0.05^2 + 1,96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{301}{2.2079}$$

$$n = 136$$

3.5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.5.1. Análisis de las encuestas

1. ¿Conoce la finalidad y objetivos de COCIHC?

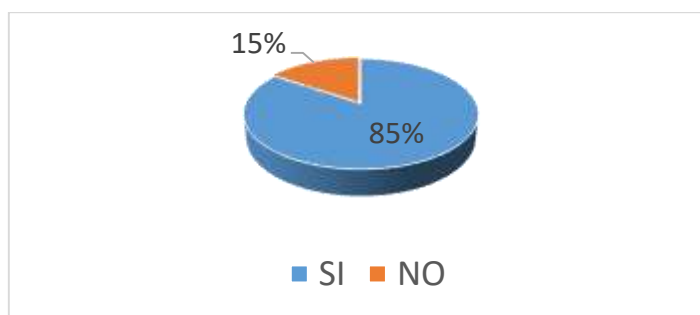
Tabla 1: Conoce los objetivos de COCIHC

Opciones	Frecuencia	%
SI	115	85%
NO	21	15%
TOTAL	136	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: William Pilco

Gráfico 5 Objetivos del COCIHC



Fuente: Tabla 1

Elaborado por: William Pilco

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas a los socios en relación al conocimiento de la finalidad y objetivos sobre la Corporación se obtiene que el 85% si conoce sobre objetivos de la organización en cuanto al 15% restante menciona lo contrario.

Interpretación

Es necesario que una empresa, u organización se informe a las personas que forman parte de la misma sobre la finalidad de su constitución, así como también los objetivos que se desean alcanzar tanto a largo como a corto plazo ya que son los pequeños productores quienes permiten que la corporación siga creciendo en el mercado nacional o extranjero.

2. ¿Qué opinión tiene acerca de los productos que elabora la Corporación?

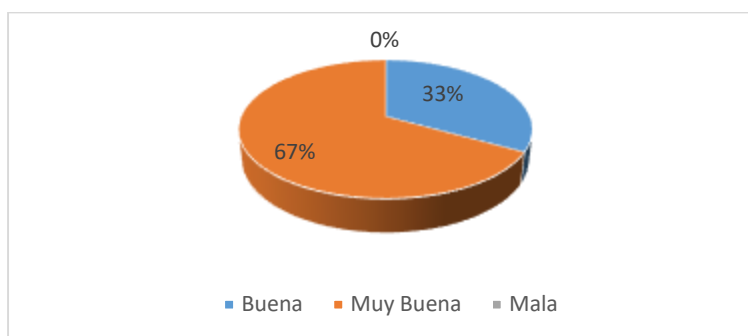
Tabla 2: Opinión

2. ¿Qué opinión tiene acerca de la calidad de los productos que elabora la Corporación?		
Opciones	Frecuencia	%
Buena calidad	45	33%
Muy Buena calidad	91	67%
Mala calidad	0	0%
TOTAL	136	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: William Pilco

Gráfico 6 Opinión



Fuente: Tabla 2

Elaborado por: William Pilco

Análisis:

Según los datos analizados el 33% de los socios indicaron que los productos que elabora la Corporación en su opinión son de buena calidad, con respecto al 67% de respuestas están enmarcadas a que los productos que la Corporación ofrece al mercado local son de muy buena calidad.

Interpretación:

Es necesario que la Corporación aproveche la aceptación que tiene los productos en el mercado nacional para expandirse hacia un mercado extranjero tomando en cuenta que los productos son de alta calidad.

3. ¿Cree usted que el queso maduro de la corporación de COCIHC, sea aceptado en el mercado extranjero?

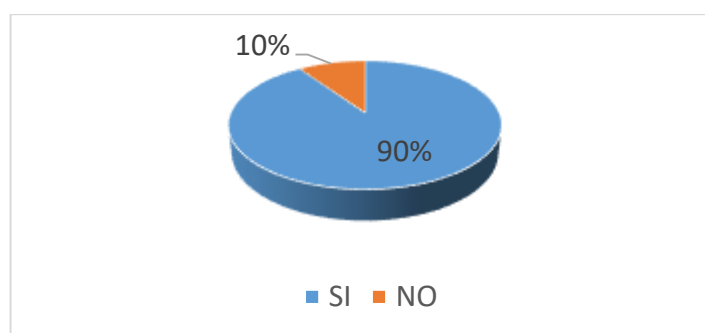
Tabla 3: Aceptación del producto en el mercado extranjero

Opciones	Frecuencia	%
SI	123	90%
NO	13	10%
TOTAL	136	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: William Pilco

Gráfico 7 Aceptación del producto en el mercado extranjero



Fuente: Tabla 3

Elaborado por: William Pilco

Análisis

Según los resultados obtenidos con respecto a las encuestas el 90% de los socios consideran que el queso maduro que elabora COCIHC si puede ser aceptado en el mercado extranjero, porque los productos son de buena calidad, y cuentan con ciertos factores nutritivos para su consumo diario, en relación al 10% restante de respuestas indican lo contrario porque al ser un producto nuevo en el mercado no va a tener una buena aceptación.

Interpretación

En la actualidad las pequeñas y medianas empresas están enfocándose en formar parte del mercado extranjero a través de sus productos lo que conlleva a obtener mejores beneficios, mediante el presente trabajo investigativo se podrá conocer a través de un estudio de mercado si el queso maduro de COCIHC es aceptable en el mercado extranjero.

4. ¿Desde su punto de vista y como socio de la Corporación está de acuerdo con que se exporte el queso maduro hacia la ciudad de Queens – Estados Unidos?

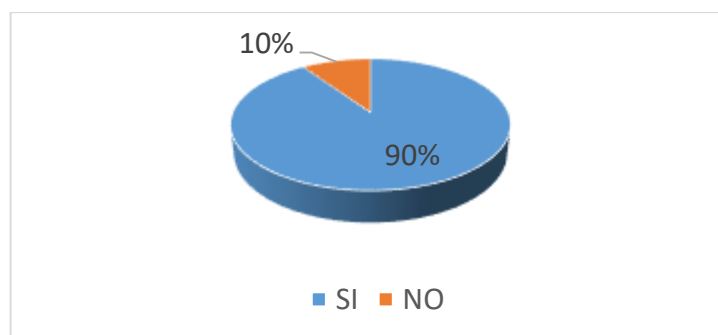
Tabla 4:

Opciones	Frecuencia	%
SI	123	90%
NO	13	10%
TOTAL	136	100%

Exportación de queso maduro

Fuente: Encuestas
Elaborado por: William Pilco

Gráfico 8 Exportación de queso maduro



Fuente: Tabla 4
Elaborado por: William Pilco

Análisis

Del total de encuestas realizadas el 100% de socios si se encuentran de acuerdo en que se exporte el queso maduro que elabora COCIHC hacia la ciudad de Queens – Estados Unidos, porque de esta manera la Corporación obtendrá mejores ingresos y podrá ser reconocida en el mercado extranjero a través de sus productos. En relación a las respuestas restantes identificadas por el 10% opinan lo contrario entre sus criterios se encuentran que es mejor exportar hacia mercados más cercanos, otro de los criterios es que la empresa no cuenta con la capacidad para incrementar la producción.

Interpretación

Según las opiniones dadas por los socios en base a la pregunta N°4 la mayor parte de socios si se encuentra de acuerdo en que el queso maduro que se elabora en la Corporación sea exportado hacia la ciudad de Queens ya que de esta manera se podrá incrementar la rentabilidad de todos los socios como también se aumentará los rubros económicos.

5. ¿En términos generales la calidad de productos que ofrece la Corporación es la adecuada?

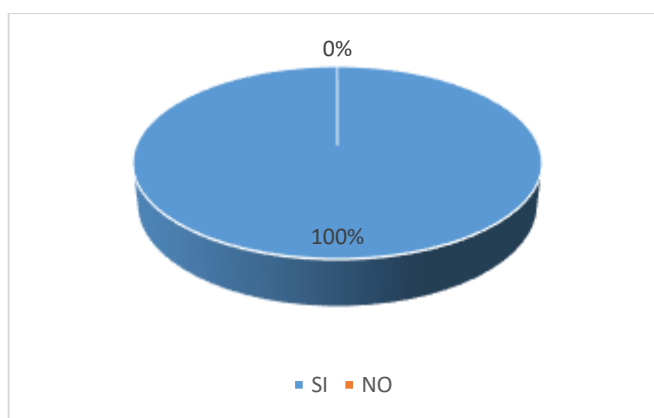
Tabla 5: Calidad de productos

Opciones	Frecuencia	%
SI	136	100%
NO	0	0%
TOTAL	136	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: William Pilco

Gráfico 9 Calidad de productos



Fuente: Tabla 5

Elaborado por: William Pilco

Análisis

Del total de encuestas realizadas el 100% de socios menciona que los productos que elabora y comercializa la Corporación son de buena calidad, porque están regidas bajo las normas de producción y cuentan con el certificado de operación sobre la base de la utilización de Buenas Prácticas de Manufactura.

Interpretación

La Corporación cuenta con productos de calidad que benefician el aumento de ingresos y la comercialización en el mercado nacional, al regirse a las normas el proceso de exportación se ve como una alternativa para ingresar a nuevos mercados.

6. ¿Considera usted que COCIHC, cuenta con la capacidad productiva para satisfacer la demanda de queso maduro en el mercado nacional y extranjero?

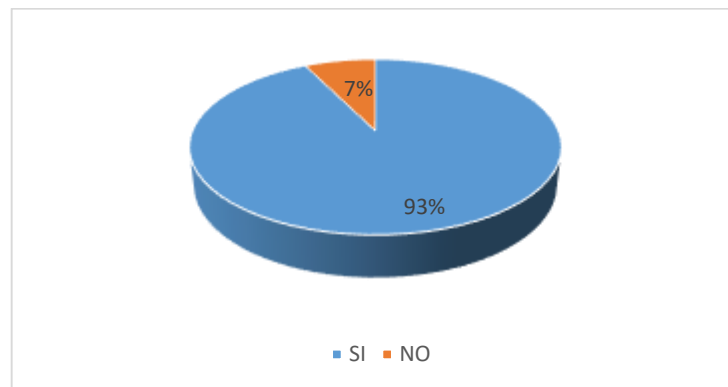
Tabla 6: Capacidad Productiva

Opciones	Frecuencia	%
SI	126	93%
NO	10	7%
TOTAL	136	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: William Pilco

Gráfico 10 Capacidad productiva



Fuente: Tabla 6

Elaborado por: William Pilco

Análisis

Del 100% de respuestas obtenidas el 93% considera que COCIHC si cuenta con la capacidad productiva para satisfacer la demanda de queso maduro en el mercado nacional y extranjero, en relación al 7% de respuestas restantes consideraran lo contrario.

Interpretación

La Corporación si cuenta con la capacidad productiva para satisfacer la demanda tanto del mercado nacional con extranjero debido a que existe un excedente de materia prima ya que en la actualidad se vende a otras empresas, lo cual beneficiará para incrementar la producción de quesos maduros para exportar.

7. ¿Estaría dispuesto a colaborar con la corporación para establecer exportaciones de queso maduro?

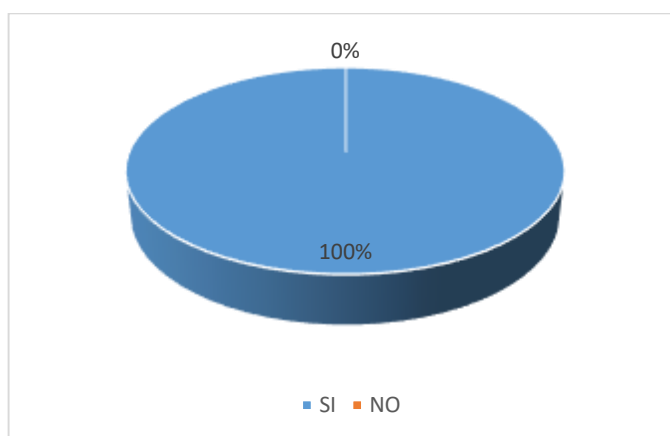
Tabla 7: Exportación

Opciones	Frecuencia	%
SI	136	100%
NO	0	0%
TOTAL	136	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: William Pilco

Gráfico 11 Exportación



Fuente: Tabla 7

Elaborado por: William Pilco

Análisis

De acuerdo a los resultados el 100% de socios encuestados se encuentran dispuestos en colaborar con la Corporación para que se realice la exportación hacia el mercado de Queens.

Interpretación

Al realizar la Corporación las exportaciones podrán incrementar las utilidades y de esta manera los socios recibirán un incremento en cuanto al precio de materia prima y sobre todo los pagos serán puntuales, conllevando a que los productores o socios mantengan una mejor relación con COCIHC.

8. ¿De qué manera cree usted que la exportación de queso maduro beneficiaría COCIHC?

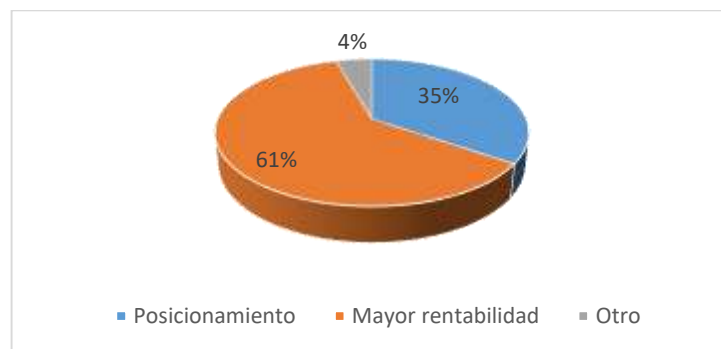
Tabla 8: Beneficios

Opciones	Frecuencia	%
Posicionamiento	47	35%
Mayor rentabilidad	83	61%
Otro	6	4%
TOTAL	136	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: William Pilco

Gráfico 12 Beneficios



Fuente: Tabla 7

Elaborado por: William Pilco

Análisis

Según los datos que se obtuvieron de las encuestas aplicadas el 35% de socios encuestados manifiestan que la exportación de queso maduro beneficiara en a la corporación a mejorar el posicionamiento, en cuanto al 35% indica que mejorara la rentabilidad y el 4% correspondientes a otros aspectos menciona que al realizar la

exportación los pagos a los socios serán puntuales, así como también la corporación será reconocida a través de sus productos en mercados de alto nivel.

Interpretación

Es necesario que la Corporación considere la exportación de queso maduro hacia la ciudad de Queens- Estados Unidos con el fin de que el mismo obtenga mayor rentabilidad y pueda ofrecer los productos a nuevos mercados.

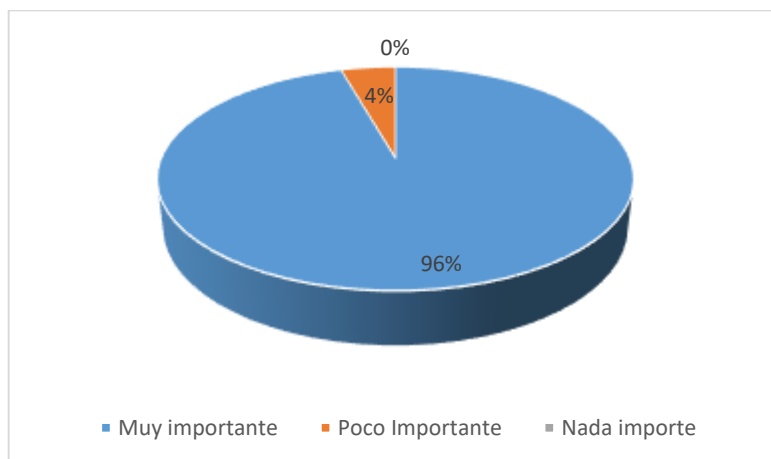
9. ¿Valore la importancia para la Corporación de establecer un proyecto de exportación de queso maduro hacia la ciudad de Queens?

Tabla 9: Valoración del proyecto de exportación

Opciones	Frecuencia	%
Muy importante	130	96%
Poco Importante	6	4%
Nada importe	0	0%
TOTAL	136	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: William Pilco

Gráfico 13 Valoración del proyecto de exportación



Fuente: Tabla 7
Elaborado por: William Pilco

Análisis

Del total de encuestas realizadas correspondientes al 100%; el 96% considera que el proyecto de exportación es muy importante para la Corporación, y el 4% restante indica que es poco importante.

Interpretación

Tomando en cuenta las respuestas dadas de acuerdo a la importancia que acarrea el desarrollo de un proyecto de exportación la mayor parte de los socios se encuentran de acuerdo por lo que es necesario que los directivos de la Corporación tomen en cuenta para incrementar las utilidades y de esta manera crecer en el mercado internacional.

3.2. Análisis e interpretación de entrevistas

3.2.1. Entrevista al Jefe de Producción

1.- ¿Cuántos quesos maduros elaboran al día?

Aproximadamente la corporación elabora 4.000 quesos maduros diariamente

2.- ¿Cuántos litros de leche adquiere al día para la elaboración de quesos?

Diariamente la empresa cuenta con 15.000 litros, mismos que se distribuyen a la elaboración de queso, yogurt y leche

3.- ¿Cuáles son las características principales que los consumidores requieren para la adquisición del queso maduro?

Entre las características que el consumidor requiere para la adquisición del producto se encuentra el color, el peso, el precio y la calidad.

4.- ¿Qué cantidad de quesos maduros comercializa mensualmente?

Se comercializa alrededor de 120.000 quesos de manera mensual

5.- ¿Considera que se debe mejorar los procesos de producción en la Corporación?

Es necesario mantenerse en un proceso de mejora continua, buscando siempre satisfacer al consumidor

7.- ¿A existido incremento de ventas en relación al queso maduro en los últimos meses?

El consumo del queso maduro a nivel nacional se ha incrementado porcentualmente, cabe recalcar que los ecuatorianos no tienen un hábito de consumo alto de este tipo de queso

8.- ¿Cuenta con la maquinaria suficiente para la producción de quesos maduros?

En la actualidad la Corporación cuenta con la capacidad necesaria para incrementar la producción ya que la maquinaria con la que cuenta tiene la capacidad para producir en mayores cantidades.

9.- ¿Considera usted que la exportación de queso maduro ayudará a incrementar los ingresos de la Corporación?

Al tener la empresa sobreproducción de materia prima, y buscar ingresar a mercados extranjeras, son altas las probabilidades de mejorar los ingresos obtenidos, beneficiando así a los socios y personal en general que se desempeñan en la corporación.

10. ¿La empresa COCIHC genera excedentes en la producción de queso maduro?

Debido a los hábitos de consumo de la población, se elabora este tipo de producto en menor cantidad; sin embargo, al contar con materia prima en excedente es necesario trazar nuevos proyectos que permitan hacer uso de la materia prima.

11. ¿La Corporación está en condiciones de incrementar la capacidad de producción con el proyecto de exportación?

La exportación de productos significa un gran reto para la corporación, por lo tanto, si es necesario incrementar la capacidad productiva se lo realizará de acuerdo a la demanda.

12. ¿Qué factores diferencian del queso maduro que oferta la corporación de COCIHC, de la competencia?

Existen ciertos factores que se diferencia de la competencia entre los que se encuentran, el tiempo de duración en este caso también se tomaría a consideración la calidad, otros

de los factores que se consideran es la contextura debido a que los componentes con que se realiza el queso son netamente orgánicos.

13. ¿Tiene la capacidad productiva para un incremento de la producción?

La Corporación si cuenta con la capacidad productiva para incrementar la producción ya que posee maquinaria y personal capacitado para la elaboración del producto, además existe un excedente de leche de aproximadamente 10.000 litros de materia prima.

14. ¿Está dispuesto a cumplir con los estándares de calidad del mercado extranjero?

Al realizar el proceso de exportación si bien es cierto es necesario cumplir con estándares de calidad por lo que nosotros como directivos estaríamos dispuestos a cumplir con cada uno de los requerimientos.

3.2.2. Entrevista al Gerente

1.- ¿Cuántos quesos maduros elaboran al día?

Aproximadamente la corporación elabora entre 3500 a 4000 quesos maduros diariamente.

2.- ¿Cuántos litros de leche adquiere al día para la elaboración de quesos?

La adquisición que se realiza diariamente de materia prima está destinada para la elaboración de quesos, yogur y otros derivados. La materia utilizada netamente para la producción de queso maduro se lo realiza de acuerdo a la demanda.

3.- ¿Cuáles son las características principales que los consumidores requieren para la adquisición del queso maduro?

El consumidor al adquirir nuestros productos principalmente se enfoca en la textura, el color, y sobre todo el tiempo de duración.

4.- ¿Qué cantidad de quesos maduros comercializa mensualmente?

La cantidad de quesos que se elabora mensualmente depende en gran parte de la demanda de mercado ya que en ciertas épocas del año la demanda aumenta.

5.- ¿Considera que se debe mejorar los procesos de producción en la Corporación?

El proceso de producción que actualmente se realiza está basado de acuerdo a un certificado de operación sobre la base de utilización de las buenas prácticas de la manufactura, por lo que se cumple con cada una de las normas de control y vigilancia sanitaria.

7.- ¿A existido incremento de ventas en relación al queso maduro en los últimos meses?

El incremento de las ventas se ha dado en fechas especiales como navidad y fin de año por lo general la demanda en el resto de la temporada es baja, en las fechas mencionadas el aumento en ingresos es del 8% aproximadamente.

8.- ¿Cuenta con la maquinaria suficiente para la producción de quesos maduros?

La maquinaria con la que cuenta la corporación en la actualidad está determinada para cumplir con la demanda actual.

9.- ¿Considera usted que la exportación de queso maduro ayudará a incrementar los ingresos de la Corporación?

Las exportaciones de manera general permiten que una organización o empresa pueda crecer tanto internamente como externa por lo que al enfocarse la Corporación en un mercado extranjero netamente los ingresos aumentarán en beneficio de la misma y de quienes conforman COCIHC.

10. ¿La empresa COCIHC genera excedentes en la producción de queso maduro?

La producción de queso maduro se lo realiza en base a la demanda, pero en cierto tiempo se presenta un excedente ya que los precios aumentan o simplemente el mercado no adquiere en grandes cantidades el producto.

11. ¿Estaría dispuesto a incrementar la capacidad de producción con el proyecto de exportación?

La exportación de productos significa un gran reto para la corporación, por lo tanto, si es necesario incrementar la capacidad productiva se lo realizará

12. ¿Qué factores diferencian del queso maduro que oferta la corporación de COCIHC, de la competencia?

Entre los principales factores que diferencian el queso maduro de la competencia se encuentra la contextura debido a que el color es muy acogido por los consumidores, de igual manera otro de los factores es el peso y el precio.

13. ¿Tiene la capacidad productiva para un incremento de la producción?

La corporación cuenta con la materia prima disponible, así como también l mano de obra con la cual se puede realizar un incremento de la producción.

14. ¿Está dispuesto a cumplir con los estándares de calidad del mercado extranjero?

Existen diversos parámetros que se debe cumplir para ofertar el producto en un mercado extranjero por lo que a Corporación está dispuesto a cumplir con cada uno de los requisitos y de esta amañera incrementar los ingresos para la entidad

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1.TEMA

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE QUESO MADURO DESDE LA CORPORACIÓN COCIHC DE LA CIUDAD DE CAJABAMBA ECUADOR, HACIA LA CIUDAD DE QUEENS –ESTADOS UNIDOS, EN EL PERIODO 2017.

4.2.CONTENIDO DE LA PROPUESTA

A través del diseño de la respectiva propuesta, se pretende determinar los lineamientos necesarios que debe seguir la Corporación COCIHC para poder iniciar con los procesos de exportación de queso maduro a la ciudad de Queens-Estados Unidos.

En el desarrollo de este capítulo, se desarrollarán los estudios necesarios que se incluyen dentro del proceso de exportación, se analizará la oferta y la demanda, proceso de exportación, se examinará la mejor decisión para la negociación, y finalmente se concluirá con un estudio financiero que permita determinar niveles de rentabilidad con la ejecución del proyecto en mención.

4.2.1. Análisis de la situación actual

4.2.1.1.Generalidades de la COCIHC

a. Antecedentes históricos de la COCIHC

La Corporación de Organizaciones Campesinas Indígenas de las Huaconas y Culluctus (COCIHC), nace con la necesidad existente de organizar a las comunidades que se constituyen en proveedoras de la zona, de manera que se canalice la materia prima existente y transformar la misma en productos lácteos tales como queso, yogurt, manjar de leche, entre otros.

La Corporación, se creó el 12 de Noviembre de 1992, mediante Acuerdo Ministerial N° 005883 del MIES se encuentra ubicada en la parroquia de Cajabamba, perteneciente al

Cantón Colta, provincia de Chimborazo. La COCIHC agrupa a 225 familias que pertenecen a 8 comunidades de la zona.

Los dirigentes luego de realizar varias gestiones, en el año 2003 logran construir una planta procesadora de leche para la producción de diferentes productos; esto fue gracias al apoyo de la Fundación MARCO.

b. Principal actividad

La principal actividad de la Corporación es la producción y comercialización de diferentes productos derivados de la leches, entre los más producidos son el yogurt, queso, mantequilla.

c. Misión

Somos una organización reconocida por la calidad el producto y servicio que se ofrece, brindándoles a la comunidad una alternativa alimenticia, con excelentes contenidos nutricionales y naturales.

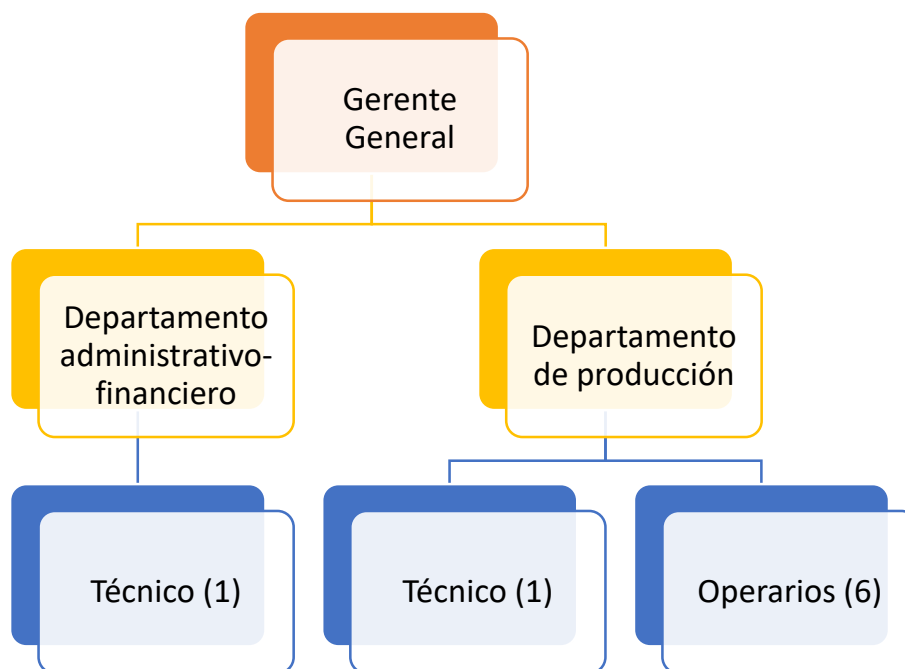
d. Visión

Para los años posteriores ser una de las mejores empresas lácteas de la Provincia de Chimborazo, organizada y tecnificada, para así poder brindarle a la comunidad, región y del país el mejor servicio.

e. Organigrama

La Corporacion COCIHC, cuenta con el organigrama que se presenta en el gráfico

Gráfico 14 Organigrama Corporación COCIHC



Fuente: Corporación COCIHC

A continuación brevemente se explicarán las principales funciones de cada uno de los departamentos que componen la Corporación:

Junta de accionistas

Se conforma por todos los miembros de la Corporación, quienes se encuentran en la responsabilidad de tomar decisiones que beneficien a la COCIHC.

Gerencia

Este departamento es el encargado de dirigir a todos los departamentos existentes, por lo tanto el liderazgo es una de las funciones encomendadas, además debe enfocarse en trazar metas y objetivos, que conjuntamente mediante el trabajo en equipo deben ser realizables.

Departamento Administrativo-Financiero

Básicamente en este departamento hace referencia al Talento Humano y la parte financiera de la empresa, en el primer caso será el encargado de receptor requerimientos de personal e iniciar con el proceso de reclutamiento y selección de personal basándose

en las necesidades presentadas con anterioridad, así también dentro de las funciones departamentales se encuentra el dar seguimiento, control y evaluación del talento humano que se encuentra laborando en la organización, con la finalidad de mejorar cada uno de las funciones y actividades que realizan los mismos. Mientras que en el segundo caso será el responsable del adecuado manejo del recurso financiero existente en la corporación, debe contar con un control de ingresos y egresos, control de gastos y costos de producción; la planificación, organización, dirección y control del recurso financiero es de vital importancia organizacionalmente, ya que el destino adecuado de los fondos debe estar sustentado en el proceso administrativo.

Departamento de producción

Hace referencia a cada una de las actividades desarrolladas en el área de producción, por lo tanto es fundamental contar con manuales de procesos que permitan optimizar tiempos y recursos, incrementado así las ganancias para la corporación. En este departamento se encuentran sub departamentos como compras, almacenamiento y asistencia técnica; estos permiten tener mayor control sobre el proceso de producción, ya que se cuenta con la presencia de técnicos especializados, brindando ayuda en cada uno de los procesos; así también se cuenta con un registro de inventarios requeridos para la producción de los derivado de la leche.

f. Descripción del producto

El producto que es base del estudio es el queso maduro, mismo que es producido por la corporación, la presentación del mismo es de 1 kilo; se planea que al tener excedentes de materia prima, se utilice la misma para elaborar más kilos de queso, el mismo que será exportado hacia Queens-Estados Unidos.

g. Situación actual

Actualmente, como se señaló anteriormente, el excedente de producción de leche es de 10.000 litros diarios, por tal motivo se incrementará la producción de queso maduro, el mismo que se pretende exportar hacia Queens-Estados Unidos.

Se busca que a través del proceso de exportación la Corporación crezca en el mercado, lo que beneficiará a los socios de la COCIHC, mejorando la calidad de vida de la población

4.3. Estudio de mercado

4.3.1. Oferta

4.3.1.1. Identificación del producto

El queso tiene varios valores nutricionales como se muestran en la siguiente tabla:

		Leche 3,5% MG	Queso crema 60% MG/MS	Queso maduro 45% MG/MS
Energía	KJ	268,00	1155,00	1439,00
	Kcal	64,00	276,00	344,00
Materia grasa (MG)	g	3,50	24,80	26,30
Hidratos de carbono	g	4,60	2,00	1,00
Proteínas	g	3,40	11,20	25,70
Materia seca	g	12,50	41,30	57,50
Calcio	mg	128,00	100,00	800,00
Fosforo	mg	87,00	200,00	600,00
Hierro	mg	0,10	0,30	0,50
Vitamina A	u.i.	100,00	725,00	755,00
Vitamina B1	g	40,00	40,00	50,00
Vitamina B2	g	190,00	200,00	330,00
Vitamina C	mg	1,25	0,00	0,00
Vitamina D	u.i.	1,50	10,00	11,00

Fuente: (FAO, 2011)

La Corporación COCIHC tiene una capacidad productiva diaria de 4000 quesos, lo que mensualmente se establece que aproximadamente produce 120.000 elaborados, debido al proceso de producción que se maneja la empresa tiene un excedente de 10.000 litros de leche diaria, por lo tanto se constituye que con esta cantidad de materia prima la empresa producirá 2.667 quesos diarios más de los que actualmente produce, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 10 Oferta del producto

Producción mensual	Producción excedente mensual	Total de producción mensual	Total de producción anual
120.000 kilos	80.010 kilos	200.010 kilos	2.400.120 kilos

Fuente: Entrevistas Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

Tabla 11 Oferta del producto de exportación

Producción excedente mensual	Total de producción anual
80.010 kilos	960.120 kilos

Fuente: Entrevistas Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.3.2. Proyección de la oferta

Según el Gerente de la COCIHC, se estima un crecimiento del 1% en la oferta anual, para lo cual a continuación se presenta los resultados obtenidos de la proyección de los 5 años, posterior a la aplicación de la siguiente fórmula:

$$P_n: P_0 (1+i)^n$$

Dónde:

P_n	Población en el año n
P₀	Población en el año inicial
1	Constante
i	Tasa de crecimiento poblacional
n	Número de año

Tabla 12 Proyección de la oferta de queso maduro

Año	Proyección	Observaciones
2017 (año base)	960.120 kilos	Presentación de 1 kilo de queso maduro
2018	969.721 kilos	
2019	989.212 kilos	
2020	1.019.186 kilos	
2021	1.060.569 kilos	
2022	1.114.668 kilos	

Elaborado por: William Pilco

4.3.3. Demanda

4.3.3.1.Mercado Objetivo

La Corporación COCIHC, para la exportación de queso maduro ha considerado como mercado objetivo Estados Unidos, de manera especial el mercado de Queens.

A continuación de manera inicial se describirá información detallada y de interés sobre este mercado en el que se desarrollará el proceso de exportación.

4.3.3.2.Estados Unidos

A continuación se presentan aspectos importantes sobre este país:

Tabla 13 Características generales de Estados Unidos

CARACTERÍSTICAS GENERALES	
Nombre oficial	The United States of América (USA) Estados Unidos de América
Límites	Norte: Canadá Sur: México Este: Canadá Oeste: Estrecho de Bering
Población	308.745,538 habitantes según el último censo realizado en el 2010
Capital	Washington D.C. (Distrito de Colombia)
Idioma	Inglés (idioma oficial de facto ¹)
Moneda	El dólar
Religión	Estado laico
Forma de estado	República Federal Constitucional con un sistema presidencialista

¹ Sin reconocimiento jurídico, por la fuerza de los hechos

División administrativa	<p>Compuesto por 50 estados, un distrito federal y estados asociados o no incorporados.</p> <p>Los estados son: Alabama, Alaska, Arizona, Arkans, California, Colorado, Connecticut, Delaware, Florida, Georgia, Hawaii, Idaho, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, Mississippi, Missouri, Montana, Nebraska, Nevada, New Hampshire, New Jersey, New Mexico, New York, North Carolina, North Dakota, Ohio, Oklahoma, Oregon, Pennsylvania, Rhode Island, South Carolina, South Dakota, Tennessee, Texas, Utah, Vermont, Virginia, Washington, West Virginia, Wisconsin, Wyoming.</p>
--------------------------------	---

INDICADORES SOCIALES

Renta per cápita	57.300 (2016)
Esperanza de vida	79,8 años
Tasa de natalidad	12.5 (nacimientos/1000 hab.; 2016)
Tasa de fertilidad	1,87 (2016)
Tasa de crecimiento anual de la población	0,81% (2016)

Fuente: (Oficina de información diplomática, 2017)

Elaborado por: William Pilco

4.3.3.2.1. Relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos

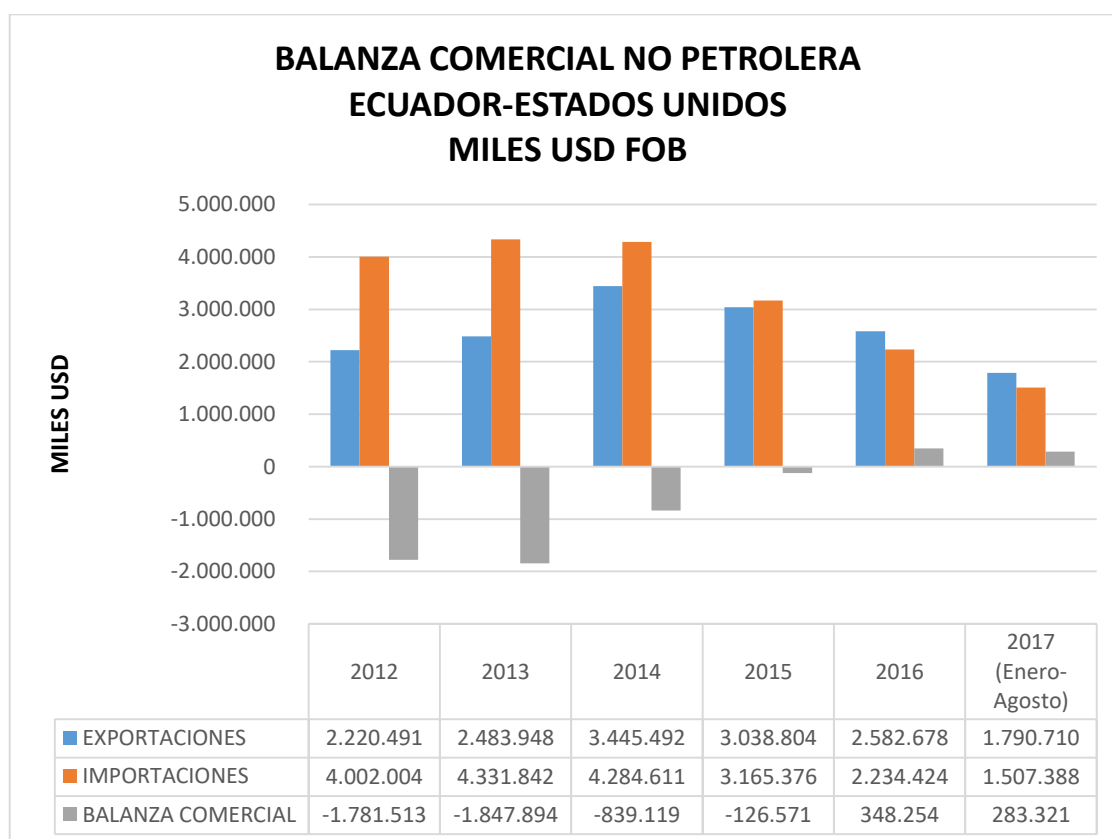
Según la publicación de (Orellana, 2017), “*el comercio bilateral entre Estados Unidos y Ecuador es importante porque genera empleo, mejores condiciones de acceso al mercado norteamericano y una mejor balanza comercial*”.

Para el Ecuador, el mercado norteamericano es de suma importancia ya que las exportaciones no petroleras a este país representan el 26% de la totalidad de las mismas, seguidas del 24% que se direccionan a la Unión Europea.

Debido a la diferente ideología políticas, ha sido una tarea difícil el concretar y renovar acuerdos tales como el Sistema General de Preferencias Arancelaria (SGP) , la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga, permitía que los productos ecuatorianos ingresen al mercado norteamericano sin pagar aranceles.

Las negociaciones de acuerdo comerciales con Estados Unidos están previstas que se retomen nuevamente, mientras tanto se deben seguir haciendo las negociaciones necesarias que permitan la exportación de productos. A continuación en el gráfico 17 se muestra la balanza comercial existente entre los dos países.

Gráfico 15 Balanza comercial no petrolera Ecuador-Estados Unidos



Fuente: (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones , 2017)

Por medio de la ilustración presentada se observa que durante los años 2012,2013, 2015 y 2015 existía un déficit comercial para Ecuador debido a que las importaciones eran mayores que las exportaciones provocando saldos negativos en la balanza comercial. En

el año 2016 y mediados del 2017 se observa que la economía comercial empieza a equilibrarse y es así que en estos años los saldos de la diferencia entre importaciones y exportaciones son positivas , por lo tanto existe superávit en la balanza comercial entre Estados Unidos y Ecuador.

4.3.3.2.2. Principales países desde los que importa Estados Unidos

A continuación en la siguiente tabla se muestran los principales productos desde los cuales Estados Unidos realiza las diferentes importaciones de diversos países, Ecuador ocupa el séptimo lugar de la tabla.

Tabla 14 Importaciones de Estados Unidos por país

IMPORTACIONES DE EEUU DESDE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE POR PAÍS				
MILES USD				
EXPORTADOR	2013	2014	2015	2016
MÉXICO	283.133.714	296.855.759	299.181.820	296.858.186
BRASIL	28.658.285	31.607.114	28.517.866	27.182.503
COLOMBIA	22.157.560	18.858.161	14.694.421	14.433.205
VENEZUELA	32.477.094	30.863.481	16.223.281	11.439.630
CHILE	11.190.496	10.265.746	9.577.928	9.548.323
PERÚ	8.405.336	6.413.467	5.383.032	6.547.293
ECUADOR	11.971.956	11.296.254	7.921.963	6.496.867
ARGENTINA	4.870.332	4.453.638	4.187.110	4.906.677
HONDURAS	4.757.715	4.857.914	5.007.180	4.871.227
REPUBLICA DOMINICANA	4.382.080	4.637.891	4.781.211	4.794.284
OTROS PAÍSES	34.498.878	32.505.324	24.717.576	22.585.116
Total	446.503.446	452.614.749	420.193.388	409.663.311

Fuente: (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones , 2017)

4.3.3.2.3. Principales productos exportados desde Ecuador a Estados Unidos

Ecuador es un país multidiverso, por ende existen diferentes productos que se comercializan de manera interna y externa; las exportaciones se clasifican en productos petroleros y no petroleros. Para el caso de estudio se ha considerado importante mencionar los principales productos que empresas ecuatorianas exportan a los diferentes condados y ciudades del país de Estados Unidos, a continuación se detalla cada uno de los productos con su respectiva subpartida arancelaria.

Tabla 15 Principales productos exportados desde Ecuador a Estados Unidos

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO
0803.90.12.00	Banana orito (musa acuminata)
0603.11.00.00	Rosas frescas cortadas
0306.17.99.00	Demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados NCOP
0306.16.00.00	Camarones, langostinos y demás decápodos de agua fría congelados
7108.12.00.00	Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario
1801.00.19.90	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado no orgánico
0803.90.11.90	Las demás bananas frescas tipo Cavendish
0803.90.11.10	Banano fresco tipo Cavendish orgánico certificado
0603.19.90.90	Las demás flores y capullos fresco, cortados, con contemplado en otra parte
0306.18.90.00	Los demás langostinos (género de las familia Penaidae) Congelados

Fuente: (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones , 2017)

4.3.3.2.4. Gustos y preferencias de la población

En la actualidad, 21 de los 25 condados más poblados de Estados Unidos, tienen más del 50% de población multicultural, lo que provoca que los gustos y preferencias del consumidor sean aún más variadas.

De acuerdo con una investigación realizada por Nielses, los consumidores multiculturales tienen una participación en el mercado de gran importancia, en diversas categorías como por ejemplo el consumo de lácteos, alimentos para bebés, detergentes, artículos escolares, entre otros productos. El estudio demuestra además que los asiáticos-americanos consumen alimentos orgánicos (29%), la identidad cultural juega un papel muy importante para el 78% de afroamericanos y el 71% de hispanos (Nielsen, 2015).

Los consumidores norteamericanos tienen gran interés en conocer el origen, preparación, y beneficios de los productos que van a adquirir; así también nace en ellos un sentido de curiosidad por probar diferentes sabores de comidas étnicas; por lo que se concluye que el consumidor está dispuesto a comprar productos novedosos (Globlofran, 2016).

4.3.3.3. Condado de Queens

4.3.3.3.1. Límites

El condado de Queens es un distrito metropolitano, limita:

Al Norte: con Long Island Sound, un brazo del Océano Atlántico, separándolo así del condado de Bronx

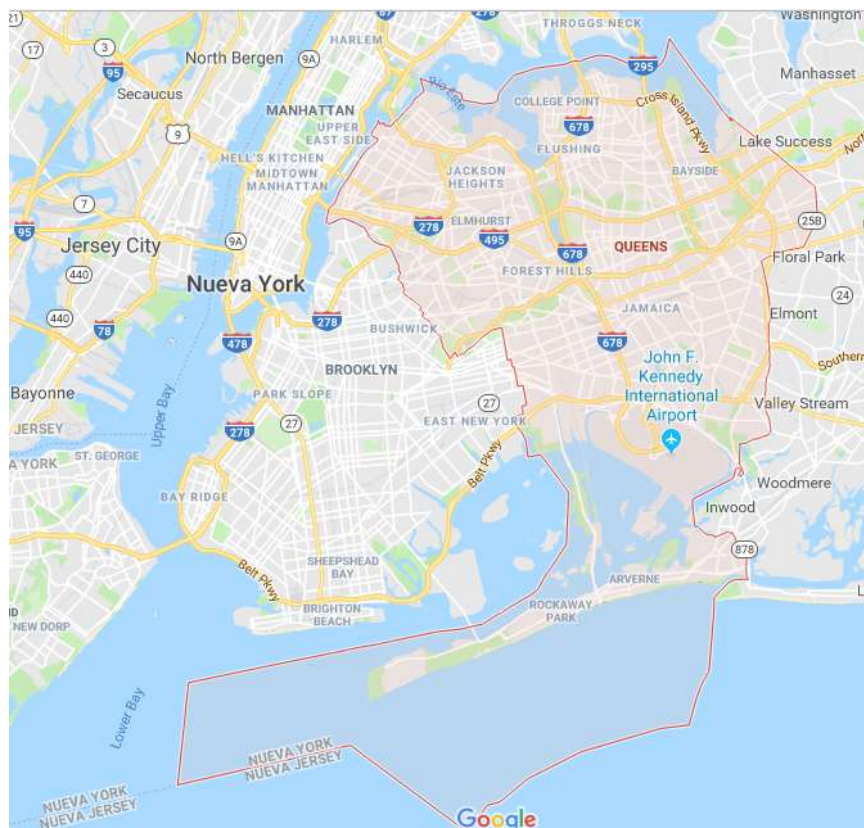
Al Sur: Con el condado de Kings (Brooklyn) y con el Océano Atlántico

Al Este: Con el condado de Nassau

Al Oeste: con Manhattan.

El servicio postal de Estados Unidos divide al Condado de Queens en cinco áreas, las mismas que son Long Island City, Flushing, Jamaica, Far Rockway y Floral Park (Murillo, 2014).

Gráfico 16 Queens



Fuente: Google maps

4.3.3.3.2. Superficie y extensión

Según datos obtenidos del último en los Estados Unidos, el condado de Queens tiene una superficie de 461,7 kilómetros cuadrados es de 178,3 millas cuadradas; del total de superficie se subdividen 282,9 kilómetros cuadrados están situados en tierra mientras que 178,8 kilómetros cuadrados son agua, porcentualmente se dice entonces que el 38,73% de la superficie es agua y el 61,27% es tierra (Murillo, 2014).

4.3.3.3.3. Viabilidad urbana

Queens boulevard es considerada como una de las vías de mayor importancia, debido a que alrededor de doce rutas del metro atraviesan por esta ciudad, además existen 81 estaciones de siete líneas principales.

El condado de Queens, es reconocido principalmente por el tráfico aéreo interestatal e internacional, por lo que dos de los tres aeropuertos de Nueva York se encuentran en este sector. El aeropuerto de la Guardia se ubica en el norte mientras que el internacional John F. Kennedy se localiza en el sur en las orillas de Bahía de Jamaica y el tren ligero Air Train JFK el mismo que dota se enlace ferroviario entre el aeropuerto, líneas de ferrocarril y metros locales (Murillo, 2014).

4.3.3.3.4. Ámbito socio cultural

Población

Según el último Censo en Estados Unidos en el año 2000 la población del condado de Queens fue de 2.229.379 habitantes, a continuación en la siguiente tabla se muestra la división de la población por segmentos.

Tabla

16

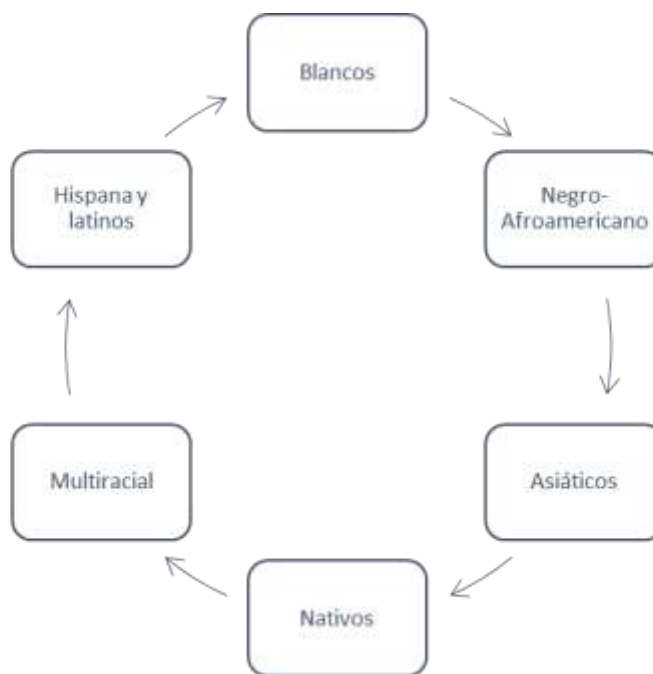
Población de Queens

Población femenina	1.155.811	52%
Población masculina	1.073.568	48%
Edad media (años)	35,4	
Debajo de los 5 años	142.716	6%
18 años más	1.720.155	77%
65 años y más	283.042	13%
Densidad de la población (personas por milla cuadrada)	20,409	

Fuente: Queens Basics Information

Los habitantes en Queens son de diferentes partes del mundo, es así que existen varias poblaciones, tal como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 17 Diferentes nacionalidades en Queens



Fuente: (Murillo, 2014)

Elaborado por: William Pilco

Es así que de acuerdo con la investigación realizada por (Murillo, 2014), la población en Queens se diferencia por:

- Población blanca 26%
- Población negra y afroamericana 1%
- Población nativa 1,60%
- Población asiática 23,52%
- Población multirracial 3,40%
- Población hispana y latina: 44,48%

Idioma

Los idiomas que más se hablan en Queens son:

- Inglés 43,44%
- Español 21,76%

- Mandarín 5,69%
- Coreano 2,58%
- Italiano 1,99%
- Griego 1,77%
- Ruso 1,64%
- Tagalog 1,19%
- Francés 1,12%
- Hindú 2,36%

4.3.3.5. Contexto socio económico local

En la siguiente tabla se muestra indicadores de gran relevancia de los habitantes de Queens:

Tabla 17 Indicadores socio-económicos

Indicadores de la PEA	
Población civil empleada de 16 años en adelante	1.047.992
Trabajadores privados	79,10%
Trabajadores gubernamentales	14,20%
Empleados propietarios de negocios	6,60%
Trabajadores familiares no remunerados	0,10%

Fuente: (United States Census , 2016)

4.3.3.4. Cálculo de la Demanda

Para calcular la demanda se ha considerado segmentar a la población, es así que:

Tabla 18 Cálculo de la demanda potencial de Queens

Segmento	Población total	Demanda estimada 50%
18 años – 65 años	1.720.155	860.078
65 años y más	283.042	141.521
TOTAL DEMANDA		1.001.599

Fuente: (United States Census , 2016)

Elaborado por: William Pilco

Se ha considerado tomar como demanda estimada el 50% de la población total de cada segmento elegido, ya que al ser un producto nuevo en el mercado de Queens, no se puede esperar una aceptación total del producto, razón por la cual se ha considerado que la mitad de la población en algún momento va a consumir queso maduro.

Estados Unidos es uno de los mayores consumidores de queso, por lo que varios países exportan este producto al país, es por ello que el consumo del queso se ha ido incrementado, y es así que menciona que del total de la población el 50% aproximadamente consume queso maduro y otras variedades del producto, esto se debe además por la población multidiversa que habita en este país, lo que hace que los hábitos de consumo sean aún más variados (Quezada, 2013).

4.3.3.5. Proyección de la demanda

De acuerdo con la información obtenida en la Ficha País de Estados Unidos, elaborada por la Oficina de información diplomática, en el año 2017, se prevé una tasa de crecimiento poblacional del 0,81%; con este porcentaje se procederá a determinar los niveles de incremento poblacional para 5 años

Para realizar los respectivos cálculos se utilizará la siguiente fórmula:

$$P_n: P_0 (1+i)^n$$

Dónde:

P_n	Población en el año n
P₀	Población en el año inicial
1	Constante
i	Tasa de crecimiento poblacional
n	Número de año

Tabla 19 Proyección de la población

Año	Proyección
2016 (año base)	1.001.599 kilos
2017	1.009.712 kilos
2018	1.026.136 kilos
2019	1.051.27 kilos
2020	1.085.751 kilos
2021	1.130,442 kilos

Elaborado por: William Pilco

4.3.3.6. Demanda insatisfecha

Tabla 20 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda kg	Oferta kg	Demanda insatisfecha kg
2017	1.001.599	960.120	41.479
2018	1.009.712	969.721	39.991
2019	1.026.136	989.212	36.924
2020	1.051.274	1.019.186	32.088
2021	1.085.751	1.060.569	25.182
2022	1.130,442	1.114.668	15.774

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: William Pilco

4.4. Estudio Técnico

4.4.1. Macro localización

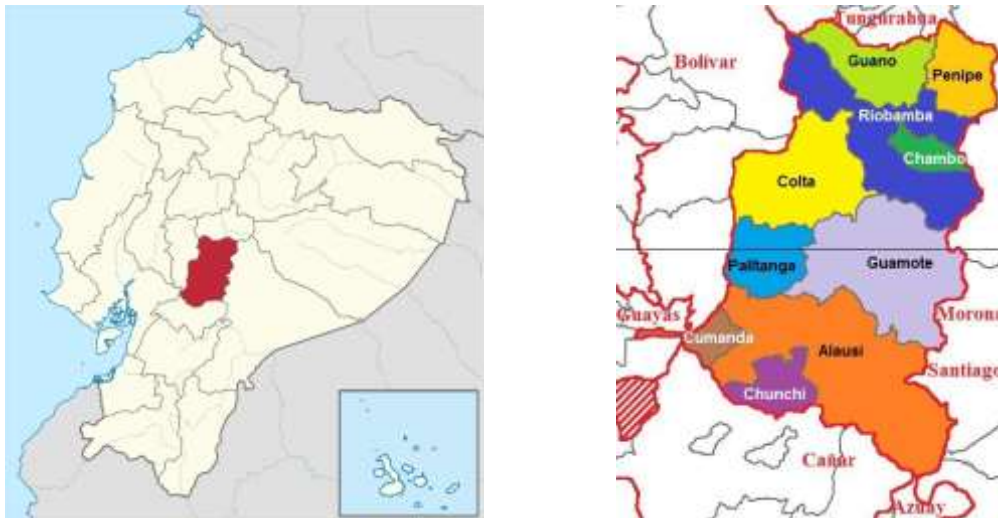
La Corporación se encuentra ubicada en:

País: Ecuador

Provincia: Chimborazo

Cantón: Colta

Gráfico 18 Macro localización



Fuente: (GifeX, 2017)

4.4.2. Micro localización

La COCIHC se ubica en:

Cantón: Colta

Parroquia: Cajabamba

Dirección: 2 de Agosto y Magdalena Dávalos

Gráfico 19 Micro localización



Fuente: (GifeX, 2017)

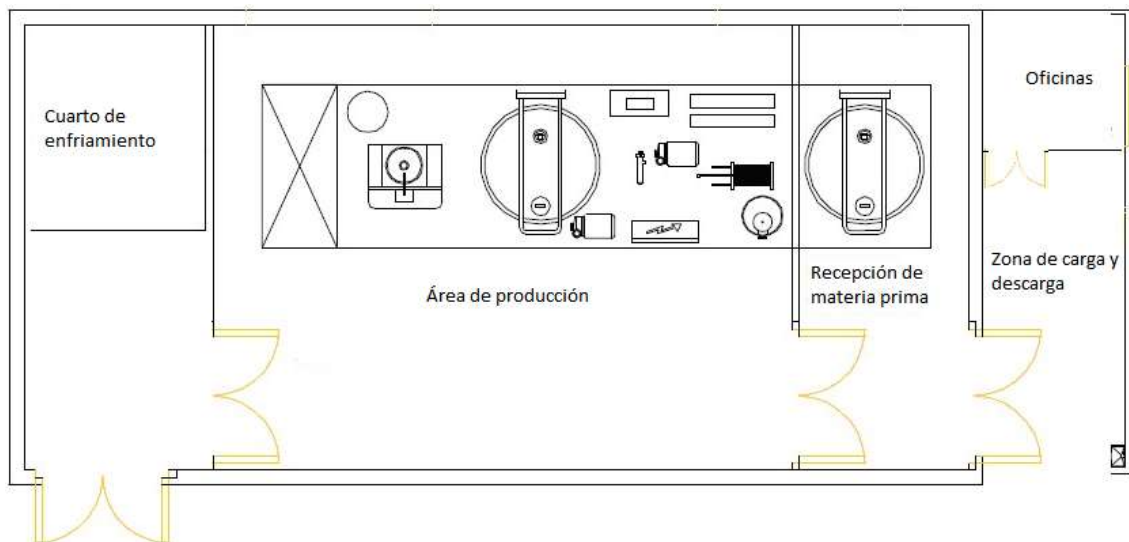
4.4.3. Tamaño de la planta

La corporación cuenta con una infraestructura de 500 metros cuadrados las cuales son destinadas al área de producción; dentro de las cuales se encuentran espacios destinados para los diferentes procesos como recepción de la leche, elaboración de quesos, elaboración de yogurt, cuarto de empacado, cuarto frio y bodega.

4.4.4. Distribución de la planta

A continuación en el siguiente gráfico se explica la distribución de la Corporación COCIHC, en la misma que se visualiza el área de oficinas, área de producción y zona de carga y descarga.

Gráfico 20 Distribución de la planta



Fuente: Visita de campo Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

La zona de carga y descarga es aquella en la cual los vehículos acceden hasta la empresa con la materia prima, en este caso la leche.

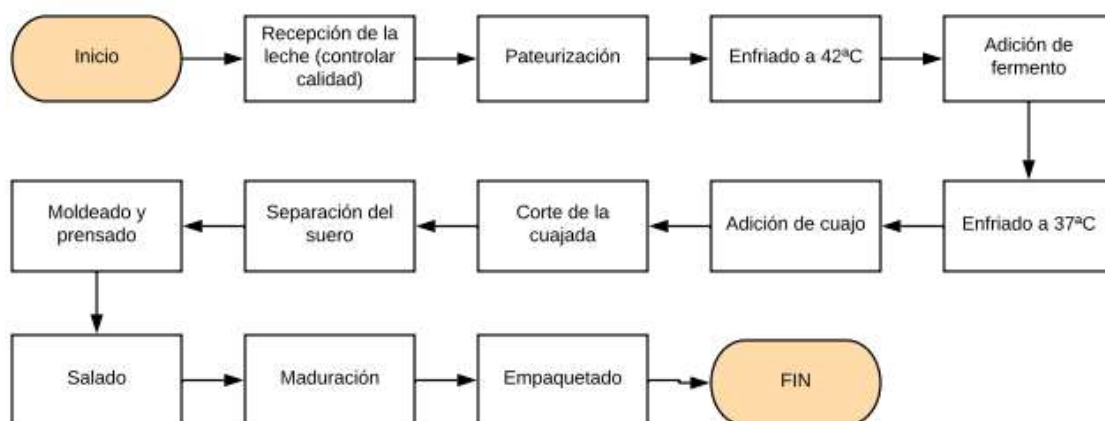
4.4.5. Proceso de producción.

Producto: Queso maduro

A continuación se realiza el Flujograma de procesos respectivo, el cual debe cumplirse para obtener el producto final, cumpliendo con las normas y estándares de calidad necesarias para que sea aceptado por los consumidores de Queens.

El proceso de producción del queso se muestra a continuación en la gráfica correspondiente:

Gráfico 21 Flujograma del proceso de producción del queso maduro



Fuente: Entrevistas Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.4.6. Requerimientos de equipamiento y personal técnico

Para el proceso productivo es necesario contar con nueva maquinaria y mano de obra, ya que se procederá a producir el excedente existente de materia prima, lo que significa que la corporación no cuenta con la capacidad productiva suficiente, por lo tanto se sugiere la obtención de los siguientes recursos:

Tabla 21 Materiales

Cantidad	Requerimiento
1	Tanque de refrigeración
2700	Moldes de queso
1	Prensa para queso
1	Cubas de cuajar

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

Tabla 22 Instalaciones

Cantidad	Requerimiento
64 m ²	Adecuaciones para la producción de quesos

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

Tabla 23 Recursos Humanos

Cantidad	Requerimiento
1	Gerente
2	Técnicos
6	Operarios

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.4.7. Requerimientos de exportación

4.4.7.1. Normativa de exportaciones del Ecuador

Según lo descrito por la Cámara de Comercio de Quito, (2016), existen requisitos generales y específicos, en el primer caso son los que se mencionan a continuación:

1. Contar con el registro Único de Contribuyentes (RUC)
2. Emisión de comprobantes de venta y guías de remisión
3. Constar en la lista blanca de la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI)
4. Tener la firma electrónica
5. Estar registrado en el sistema ECUAPASS

Los requisitos específicos constan de:

1. **Autorizaciones** que son emitidas por los organismos institucionales correspondientes, dependiendo del producto que se va a exportar; es así que las instituciones encargadas de dichas autorizaciones son el Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP), Ministerio del Ambiente, Ministerio de Industrias y Productividad, Instituto Nacional de

Patrimonio Cultural, Ministerio de Defensa Nacional; entre otras (Cámara de Comercio de Quito, 2016).

2. Certificados sanitarios, mismos que deben ser orientados al producto que se exportara, es así que en el caso del queso maduro que se va a exportar es necesario contar con:

- Certificados fitosanitarios emitido por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro.
- Registro sanitario o notificación sanitaria para la exportación de alimentos procesados, aditivos, alimentarios, médicos, biológicos, naturales entre otros.
- Certificado de calidad, otorgado por el Servicios Ecuatoriano de Normalización (INEN) para productos ecuatorianos de exportación.

3. Requisitos sanitarios específicos para la exportación de quesos hacia Queens-Estados Unidos

- La corporación debe encontrarse autorizada por Agrocalidad y ser inspeccionada con regularidad
- La leche, y la leche usada para el procesamiento de los productos lácteos es procedente de rebaños y establecimientos de producción, mismos que no han tenido ningún tipo de restricción debido a causas sanitarias durante el proceso de recolección de materia prima
- La leche y productos lácteos se han sometido al proceso de ultra pasteurización a una temperatura mínima de 132°C por menos de un segundo, o al proceso de pasteurización rápida de por lo menos 72°C por menos de 15 segundos si el pH es menor a 7; en el caso que el pH sea mayor a 7 se deberá realiza dos pasteurizaciones rápidas y consecutivas o se debe realizar una pasteurización lenta a menos de 63°C por 30 minutos.
- La empresa ha tomado las precauciones necesarias evitando la contaminación de la leche o productos lácteos con microorganismos patógenos que afecten a la salud de animales o seres humanos.

Proceso de exportación

Para el proceso de exportación, es necesario cumplir con los siguientes parámetros:

Gráfico 22 Proceso de exportación



Fuente: (Cámara de Comercio de Quito, 2016)

Elaborado por: William Pilco

Normativa y requisitos para la importación hacia Queens-Estados Unidos

La Cámara de Comercio de Quito (2016) manifiesta que los **requisitos generales** para poder realizar exportaciones hacia este país, son las que se mencionan a continuación:

- Claridad y legibilidad en las facturas
- Las facturas deben contener toda la información necesario
- El embalaje debe indicar información de los que contiene cada paquete
- Descripción de cada producto empaquetado
- Seguir las instrucciones indicada para el proceso de facturación, embalaje, marcado, etiquetado
- Contratar a un Agente de Aduanas
- Certificados fitosanitarios del National Seed Health System – USDA
- Comercio justo (fair trade): www.transfairusa.org
- Kosher www.oukosher.org
- USDA Organic: www.usda.gov
- Gluten Free (libre de gluten) www.gfco.org
- Friend of the heart
- Whole Grain Council Organization www.wholegraincouncil.org
- Objetivo carbón cero

- 100% Small Farmers “Pequeños Agricultores”

Requisitos sanitarios y fitosanitarios, mismos que son entregados por la Food and Drug Administration (FDA)

Licencias de importación previas

Requisitos de etiquetado, debe contener lo siguiente:

- Lugar de origen del producto
- Detalle del producto
- Datos de la empresa importadora
- Ingredientes del producto
- Tabla de valores nutricionales

Requisitos del embalaje, la empresa exportadora debe contar con la logística más adecuada a las necesidades.

4.4.7.2. Empaque, embalaje y etiquetado

Según los requerimientos establecidos por las instituciones competentes de los Estados Unidos, hay diferentes elementos que deben ser considerados para iniciar con el proceso de embalaje, etiquetado y empaquetado del producto que se exporta; de manera que posteriormente no exista ningún tipo de problema que retrase el proceso de exportación (Pro Ecuador, 2014).

Inicialmente se debe colocar el marcado de origen el cual básicamente es el nombre del país de origen del producto, ya que sin este requisito no podrán acceder al país. El marcado debe ser realizado con letra legible y en idioma inglés, en caso de incumplimiento existe la sanción que es el 10% del valor del producto (Pro Ecuador, 2014).

En cuanto al etiquetado, la encargada de la revisión de este requisito es la Food and Drug Administration FDA, que se rige en lo establecido en el Código de Regulaciones Federales, para lo cual es necesario conocer que dentro de la información que debe existir en el empaquetado es la que se menciona a continuación:

- Identificación de la forma del producto (rodajas, cubos, polvos, otras)

- Datos nutricionales
- Información: “producido por” “empacado por” “distribuido por” nombres, dirección, teléfonos, correos electrónicos.

La información nutricional recomendada para el consumo es la que se especifica en el siguiente cuadro:

Tabla 24 Información nutricional

VALORES DIARIOS RECOMENDADOS DE CONSUMO	
Vitamina A	5,000 unidades internacionales
Vitamina C (Ácido Ascórbico)	60 miligramos
Calcio	1,000 miligramos
Hierro	18 miligramos
Vitamina D	400 unidades internacionales
Vitamina E	30 unidades internacionales
Vitamina K	80 microgramos
Thiamina (Vitamina B1)	1.5 miligramos
Riboflavina (Vitamina B2)	1.7 miligramos
Niacina	20 miligramos
Vitamina B6	2 miligramos
Folato (Ácido Fólico y Folacin)	400 miligramos
Vitamina B12	6 miligramos
Biotin	300 microgramos
Ácido pantothenico	10 miligramos
Fósforo	1,000 miligramos
Iodina	150 miligramos
Magnesio	400 miligramos
Zinc	15 miligramos
Selenio	70 microgramos
Cobre	2 miligramos
Manganeso	2 miligramos
Molibdeno	75 microgramos
Cloruro	3,400 miligramos

Fuente: (Pro Ecuador, 2016)
Elaborado por: William Pilco

Para determinar el peso del producto es necesario que se conozca lo siguiente:

Tabla 25 Unidades de medida

Peso	
1 kg	2.2. libras
1 libra	16 onzas
1 libra	0,454 kilogramos
1 onza	28,35 gramos

Fuente: (Pro Ecuador, 2016)
Elaborado por: William Pilco

Gráfico 23 Modelo de empaque



Elaborado por: William Pilco

4.4.7.3.Modalidad de Transporte

Con la finalidad de que no exista ningún tipo de percance en el transcurso de la movilización de los productos hacia el lugar de destino, lo más prudente es la utilización de un contenedor completo, evitando así posibles contaminaciones que afecten la salud del consumidor. El transporte a utilizar en el proceso de exportación es el marítimo, a continuación en la siguiente grafica se visualiza de mejor manera el recorrido y distancia entre países.

Gráfico 24 Distancia entre Ecuador-Queens



Fuente: (DistanceFromTo, 2017)

4.4.7.4.Incoterms

Con gran frecuencia al realizar exportaciones hacia alguna de las ciudades de Estados Unidos, la negociación se lo realiza mediante la utilización de termino FOB, este Incoterm hace referencia a que el vendedor es el encargado de realizar todos los trámites de exportación y cubrir los costos del procesos, en cuanto al transporte el encargado de la contratación y pago del servicio es el comprador.

Gráfico 25 Incoterms FOB



Fuente: (Jurado, 2016)

4.5. Estudio Financiero

A continuación se detallan cada una de las inversiones que son necesarias para iniciar con el proceso de exportación hacia Queens-Estados Unidos; posteriormente se procederá a realizar la respectiva evaluación financiera, misma que determinará la viabilidad para la implementación del proyecto propuesto.

4.5.1. Instalaciones

Para que la Corporación COCIHC pueda iniciar con el proceso de producción de quesos maduros con el excedente de materia prima (leche) existente, es necesaria la ampliación del área de producción, para lo cual en la siguiente tabla se muestra el detalle de lo mencionado:

Tabla 26 Instalaciones

ADECUACIONES				
	Cantidad	Unidad	V. Unitario	V. Total
Adecuaciones para producción	64	m ²	45	2.880,00
TOTAL				2.880,00

Fuente: Corporación COCIHC
Elaborado por: William Pilco

4.5.2. Activos fijos

Se presentan los activos fijos que son requeridos para la corporación:

Maquinaria y equipo

La Corporación debe realizar la adquisición de la siguiente maquinaria y equipo, de manera que se cuente con los recursos necesarios que permitan optimizar tiempos en los procesos de producción del queso maduro.

Tabla 27 Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Tanque de refrigeración	1	1.500,00	1.500,00
Moldes de queso	2700	7,50	20.250,00
Cubas de cuajar	1	1.000,00	1.000,00
Prensa para queso	1	1.600,00	1.600,00
Total			24.350,00

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.5.3. Depreciación de Activos fijos

En la siguiente tabla se visualiza los valores de depreciación correspondientes de los activos fijos, se ha realizado el cálculo utilizando el método de línea recta

Tabla 28 Tabla de depreciaciones

TABLA DE DEPRECIACIÓN													
ACTIVOS TANGIBLES													
Activos	Valor	Vida Útil	Valor Residual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Maquinaria y equipos	24.350,00	10	2435,00	2.191,50	2.191,50	2.191,50	2.191,50	2.191,50	2.191,50	2.191,50	2.191,50	2.191,50	2.191,50
Adecuaciones	2.880,00	10	288,00	259,20	259,20	259,20	259,20	259,20	259,20	259,20	259,20	259,20	259,20
TOTAL	27.230,00			2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.5.4. Mano de Obra

Debido a que la producción se incrementará es necesario que la corporación integre a 2 trabajadores en el área mencionada, en las siguientes tablas se visualizan los valores a pagar tanto en el primer año como en los posteriores, es importante recalcar que se han realizado dos cálculos debido a que en el primer año de trabajo hay valores que no son cancelados sino a partir del segundo año de prestaciones del servicio.

Así también es necesario explicar que se ha considerado a todo el personal que labora en la empresa incluidos los dos nuevos operarios requeridos, los mismos que por remuneración de la exportación se ha decidido cancelarles el 25% de la totalidad de los sueldos, mismos que se encuentran detallados en el anexo 9.

Tabla 29 Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA			
Nº	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
1	Técnico 1	157,62	1.891,49
1	Técnico 2	157,62	1.891,49
1	Operario 1	91,91	1.102,90
1	Operario 2	91,91	1.102,90
1	Operario 3	91,91	1.102,90
1	Operario 4	91,91	1.102,90
1	Operario 5 (nuevo)	91,91	1.102,90
1	Operario 6 (nuevo)	91,91	1.102,90
TOTAL		866,70	10.400,38

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

Tabla 30 Mano de obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA			
Nº	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
1	Gerente	271,13	3.253,60
TOTAL		271,13	3.253,60

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

Tabla 31 Nómina del primer año

NÓMINA PRIMER AÑO								
TALENTO HUMANO COCIHC								
No.	Cargo	Pago por trabajador por exportación	Valor Total Mensual	Aporte Patronal (mensual)	Décimo Tercero (mensual)	Décimo Cuarto (mensual)	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Gerente	200,00	200,00	22,30	16,67	32,17	271,13	3.253,60
1	Técnico 1	105,00	105,00	11,71	8,75	32,17	157,62	1.891,49
1	Técnico 2	105,00	105,00	11,71	8,75	32,17	157,62	1.891,49
1	Operario 1	50,00	50,00	5,58	4,17	32,17	91,91	1.102,90
1	Operario 2	50,00	50,00	5,58	4,17	32,17	91,91	1.102,90
1	Operario 3	50,00	50,00	5,58	4,17	32,17	91,91	1.102,90
1	Operario 4	50,00	50,00	5,58	4,17	32,17	91,91	1.102,90
1	Operario 5 (nuevo)	50,00	50,00	5,58	4,17	32,17	91,91	1.102,90
1	Operario 6 (nuevo)	50,00	50,00	5,58	4,17	32,17	91,91	1.102,90
TOTAL		710,00	710,00	79,17	59,17	289,50	1.137,83	13.653,98

Elaborado por: William Pilco

NÓMINA A PARTIR DE SEGUNDO AÑO

PERSONAL DE PRODUCCIÓN										
No.	Cargo	Pago por trabajador (proceso exportación)	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Gerente	200,00	200,00	22,30	8,33	16,66	16,67	32,17	296,13	3.553,52
1	Técnico 1	105,00	105,00	11,71	4,38	8,75	8,75	32,17	170,75	2.048,95
1	Técnico 2	105,00	105,00	11,71	4,38	8,75	8,75	32,17	170,75	2.048,95
1	Operario 1	50,00	50,00	5,58	2,08	4,17	4,17	32,17	98,16	1.177,88
1	Operario 2	50,00	50,00	5,58	2,08	4,17	4,17	32,17	98,16	1.177,88
1	Operario 3	50,00	50,00	5,58	2,08	4,17	4,17	32,17	98,16	1.177,88
1	Operario 4	50,00	50,00	5,58	2,08	4,17	4,17	32,17	98,16	1.177,88
1	Operario 5 (nuevo)	50,00	50,00	5,58	2,08	4,17	4,17	32,17	98,16	1.177,88
1	Operario 6 (nuevo)	50,00	50,00	5,58	2,08	4,17	4,17	32,17	98,16	1.177,88
TOTAL		710,00	710,00	79,17	29,58	59,14	59,17	289,50	1.226,56	14.718,70

Tabla 32 Nómina a partir del segundo año

Elaborado

por:

William

Pilco

4.5.5. Materia Prima

La materia prima directa e indirecta necesaria para el proceso de producción se muestra a continuación:

Tabla 33 Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA DIRECTA				
Descripción	Costo unitario	Cantidad por mes	Total Materia Prima Mensual USD	Total Materia Prima Anual USD
Leche	0,35	300.000 litros	105.000,00	1.260.000,00
Cuajo	75,00	2 cajas	150,00	1.800,00
Cloruro de calcio	154,00	2 sacos (25kg)	308,00	3.696,00
Sal	28,00	2 sacos (25kg)	56,00	672,00
Total			105.514,00	1.266.168,00

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

Tabla 34 Materia Prima Indirecta

MATERIA PRIMA INDIRECTA				
Descripción	Cantidad mensual	Costo unitario	Total Materia Prima Mensual USD	Total Materia Prima Anual USD
Fundas para empaques al vacío	80010	0,25	20.002,50	240.030,00
Ceras de empaque	80010	0,10	8.001,00	96.012,00
Etiquetas	80010	0,05	4.000,50	48.006,00
Cesta de plástico	4001	8,00	32.004,00	32.004,00
Separadores de cajas	4001	0,25	1.000,13	12.001,50
Kit equipo de seguridad	2	100,00	200,00	1.200,00
Cajas de 50 kg	4001	2,10	8.401,05	100.812,60
Total			73.609,18	530.066,10

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.5.6. Gastos de exportación

A continuación en la siguiente tabla se detallan los valores estimados, a los que la empresa incurrirá por realizar el proceso de exportación, no se ha considerado el transporte internacional, ya que como se mencionó se utilizará términos FOB, en el cual se establece que los costos de transporte son asumidos por el comprador.

Tabla 35 Gastos de exportación

GASTO DE EXPORTACIÓN		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Transporte Interno	600,00	7.200,00
Agente Afianzado	200,00	2.400,00
Trámite aduanero	150,00	1.800,00
Certificado de inspección	200,00	2.400,00
Recargos locales en naviera	100,00	1.200,00
Manejo de carga	100,00	1.200,00
Seguro	364,95	4.379,40
TOTAL	2.539,95	20.579,40

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: William Pilco

4.5.7. Capital de Trabajo

El capital de trabajo permitirá que la Corporación COCIHC pueda cumplir con sus obligaciones de pago al personal, proveedores e incluso el de exportación durante 3 meses, tiempo en el cual la Corporación comenzará a tener ingresos que le permitan cubrir con los gastos que se presenten.

Tabla 36 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
Descripción	Mensual	3 meses
Sueldos	866,70	2.600,10
Materia Prima Directa	105.514,00	316.542,00
Materia Prima Indirecta	73.609,18	220.827,53
Costo de exportación	2.539,95	7.619,85
Sub total	182.529,82	547.589,47
TOTAL		547.589,47

Fuente: Corporación COCIHC
Elaborado por: William Pilco

4.5.8. Costo de producción

Tabla 37 Costo de producción

COSTO DE PRODUCCIÓN		
Descripción	Mensual	Anual
Mano de obra directa	866,70	10.400,38
Materia Prima Directa	105.514,00	1.266.168,00
Materia Prima Indirecta	73.609,18	883.310,10
TOTAL	179.989,87	2.159.878,48

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.5.9. Resumen de Inversiones**Tabla 38 Resumen de inversiones**

RESUMEN DE INVERSIONES	
INVERSIÓN TOTAL	Valor USD
Inversión en Activos Tangibles	27.230,00
Capital de Trabajo	547.589,47
Total Inversión Inicial	574.819,47

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.5.10. Financiamiento

Para el financiamiento del total de la inversión requerida se establece que el 60% será financiado por los socios de la corporación y el 40% será proporcionado a través de la obtención de un crédito el mismo que será realizado en Banecuador a una tasa de interés del 11.20% anual

Tabla 39 Financiamiento

% INVERSIÓN		
Descripción	Valor	Porcentaje
Recursos propios	344.891,68	60%
Socios	344.891,68	
Financiamiento	229.927,79	40%
Total	574.819,47	100%

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

Del total de la inversión requerida el 60% será financiado por los socios de la Corporación COCIHC, mientras que la diferencia será financiada a través de la obtención de un crédito que permita cubrir con la totalidad de la inversión requerida.

Por lo tanto, se establece que USD 229.927,79 serán financiados por una institución bancaria, para lo cual la tabla de amortización puede ser visualizada en el anexo 3.

4.5.11. Egresos

Los egresos son los gastos a los que incurrirá la corporación durante un tiempo determinado, en este caso se realizará una proyección de los mismos considerando la tasa de inflación desde Enero 2017 a Enero 2018; dando como un resultado promedio el 1,24%.

Tabla 40 Egresos

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS					
Concepto	Año				
	1	2	3	4	5
Descripción					
Costos de producción	2.159.878,48	2.187.296,80	2.214.419,28	2.241.878,08	2.269.677,37
Sueldos	10.400,38	11.165,18	11.303,62	11.443,79	11.585,69
Materia Prima Directa	1.266.168,00	1.281.868,48	1.297.763,65	1.313.855,92	1.330.147,74
Materia Prima Indirecta	883.310,10	894.263,15	905.352,01	916.578,37	927.943,94
Gastos Administrativos	3.253,60	3.553,52	3.597,58	3.642,19	3.687,36
Sueldos	3.253,60	3.553,52	3.597,58	3.642,19	3.687,36
Gasto de ventas	20.579,40	20.834,58	21.092,93	21.354,49	21.619,28
Gastos de exportación	20.579,40	20.834,58	21.092,93	21.354,49	21.619,28
Gastos Financieros	23.391,32	18.240,94	13.090,56	7.940,17	2.789,79
Intereses Financiamiento	23.391,32	18.240,94	13.090,56	7.940,17	2.789,79
Total Egresos	2.207.102,80	2.229.925,85	2.252.200,36	2.274.814,94	2.297.773,80

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.5.12. Ingresos

Los ingresos son aquellas entradas de dinero por la venta de productos, en este caso de los quesos maduros que la Corporación COCIHC exportará a Queens. A continuación se determinan los costos fijos, variables y totales por cada kilogramo del producto:

Tabla 41 Costo fijo, variable y total

	Cvu	Cfu	Ctu
Costo promedio queso maduro 1 kg.	2,250	0,024	2,274

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

Los ingresos se calculan el precio de venta por la cantidad ofertada, por lo tanto se obtiene:

Tabla 42 Ingresos

INGRESOS						
Descripción	COSTO POR KG	Margen de utilidad por Kg	Precio por kg	Estimado de Kg por mes	Total ingreso mensual USD	Total ingreso anual USD
KG queso maduro	2,27	15,00%	2,62	80.010	209.230,02	2.510.760,27

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

El porcentaje de utilidad que busca generar la empresa con la venta de su producto, es decisión propia de los directivos de la empresa, para lo cual se debe analizar los costos a los que se incurrieron para la elaboración del mismo, así lo señala (Gómez, 2012).

Conociendo estas bases, a través de la investigación realizada, y conjuntamente con el gerente de la COCIHC, y posterior análisis de los costos se procedió a definir que el porcentaje de utilidad que se busca en el producto será del 15%, y posteriormente no se descarta la posibilidad de incrementar dicho porcentaje, hasta que el producto sea posicionado en el mercado de Queens.

4.5.13. Estados Financieros

Estado de Resultados

A continuación se presenta el respectivo estado de resultados, mismo que ha sido proyectado para 5 años, se han considerado cada una de las cuentas de ingresos y gastos existentes.

Tabla 43 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingreso por ventas	2.510.760,27	2.636.298,28	2.768.113,20	2.906.518,86	3.051.844,80
(-) Costos de producción	2.159.878,48	2.187.296,80	2.214.419,28	2.241.878,08	2.269.677,37
(=) Utilidad bruta	350.881,79	449.001,48	553.693,91	664.640,77	782.167,43
(-) Gastos administrativos	3.253,60	3.553,52	3.597,58	3.642,19	3.687,36
(-) Gastos de ventas	20.579,40	20.834,58	21.092,93	21.354,49	21.619,28
(-) Gastos financieros	23.391,32	18.240,94	13.090,56	7.940,17	2.789,79
(=) Utilidad antes de impuestos y participación	303.657,47	406.372,44	515.912,84	631.703,92	754.071,00
(-) 15% reparto utilidad trab.	45.548,62	60.955,87	77.386,93	94.755,59	113.110,65
(=) Utilidad antes de impuestos	258.108,85	345.416,57	438.525,91	536.948,33	640.960,35
(-) 23% Impuesto a la Renta	59.365,04	75.991,65	100.860,96	123.498,12	147.420,88
(=) Utilidad antes de reservas	198.743,81	269.424,93	337.664,95	413.450,22	493.539,47
(-) 5% Reserva de Capital	9.937,19	13.471,25	16.883,25	20.672,51	24.676,97
(=) Utilidad Neta	188.806,62	255.953,68	320.781,71	392.777,71	468.862,50

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

Flujo de efectivo

Tabla 44 Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)Ingreso por ventas	0,00	2.510.760,27	2.636.298,28	2.768.113,20	2.906.518,86	3.051.844,80
(-) Costos de producción	0,00	2.159.878,48	2.187.296,80	2.214.419,28	2.241.878,08	2.269.677,37
(=) Utilidad bruta	0,00	350.881,79	449.001,48	553.693,91	664.640,77	782.167,43
(-) Gasto administrativo		3.253,60	3.553,52	3.597,58	3.642,19	3.687,36
(-) Gasto de ventas		20.579,40	20.834,58	21.092,93	21.354,49	21.619,28
(-)Costos financieros	0,00	69.376,88	64.226,50	59.934,51	53.925,73	48.775,35
(-)Depreciaciones	0,00	2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70
(=)Utilidad antes de participación	0,00	255.221,21	357.936,18	466.618,19	583.267,66	705.634,74
(-)15% reparto utilidad trab.	0,00	38.283,18	53.690,43	69.992,73	87.490,15	105.845,21
(=)Utilidad antes de Impuestos	0,00	216.938,03	304.245,75	396.625,46	495.777,51	599.789,53
23% Impuesto a la Renta	0,00	49.895,75	69.976,52	91.223,86	114.028,83	137.951,59
(=)Utilidad antes de reservas	0,00	167.042,28	234.269,23	305.401,60	381.748,69	461.837,94
5% Reserva de Capital	0,00	8.352,11	11.713,46	15.270,08	19.087,43	23.091,90
(=)Utilidad Neta	0,00	158.690,17	222.555,77	290.131,52	362.661,25	438.746,04
(-)Capital de trabajo	547.589,47	547.589,47	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Recuperación capital de trabajo	0,00	547.589,47	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Depreciación	0,00	2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70	2.450,70
(-)Inversión Activos	27.230,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Reinversión de activos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Valor de rescate de activo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)Flujo neto generado	-574.819,47	161.140,87	225.006,47	292.582,22	365.111,95	441.196,74

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.5.14. Evaluación Financiera

Para la evaluación financiera es imprescindible utilizar los indicadores que a continuación se mencionan:

- Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR)
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Periodo de recuperación de Capital (PRC)
- Relación Costo/Beneficio

4.5.14.1. Tasa Mínima de Retorno (TMAR)

El cálculo de este indicador consiste en sumar 3 indicadores económicos a nivel país, como son: tasa pasiva, inflación y riesgo país; los mismos que permitirán determinar crecimiento real mediante la comparación del resultado con el resultado de la Tasa Interna de retorno (TIR).

Tabla 45 TMAR

Indicadores	%
Tasa Pasiva*	4,13%
Tasa de inflación global de la economía*	1,24%
Riesgo del proyecto (mediano) *	5,24%
TMAR :	10,61%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: William Pilco

4.5.14.2. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor actual Neto del proyecto es de:

Tabla 46 VAN

Tasa descuento	10,61%
Años	Flujos
Inversión	574.819,47
Año 1	161.140,87
Año 2	225.006,47
Año 3	292.582,22
Año 4	365.111,95
Año 5	441.196,74
VAN	1.474.564,82

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.5.14.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Posterior al cálculo de este indicador se obtiene el siguiente resultado:

Tabla 47 TIR

Años	Flujos
Inversión	-574.819,47
Año 1	161.140,87
Año 2	225.006,47
Año 3	292.582,22
Año 4	365.111,95
Año 5	441.196,74
TIR	34,61%

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.5.14.4. Periodo de Recuperación de Capital

Aproximadamente se planea una recuperación de la inversión en un tiempo de:

Tabla 48 PRC

Inversión USD		574.819,47	
Tiempo	Flujo de Fondos	Valor USD	Acumulación de Flujos
Año 1	Flujo de Fondos 1	161.140,87	161.140,87
Año 2	Flujo de Fondos 2	225.006,47	386.147,34
Año 3	Flujo de Fondos 3	292.582,22	678.729,56
Año 4	Flujo de Fondos 4	365.111,95	1.043.841,51
Año 5	Flujo de Fondos 5	441.196,74	1.485.038,25
PRC 3 AÑOS, 2 MESES			

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

4.5.14.5. Relación Costo-Beneficio

Para calcular este indicador se debe sumar cada uno de los flujos netos, y el total de estos dividirlos para el total de la inversión, el resultado determinará el beneficio obtenido por cada unidad monetaria invertida en el proyecto.

Tabla 49 Relación C/B

Años	Flujos
Año 1	161.140,87

Año 2	225.006,47
Año 3	292.582,22
Año 4	365.111,95
Año 5	441.196,74
Total	1.485.038,25
Inversión	574.819,47
Beneficio/Costo	2,58

Fuente: Corporación COCIHC

Elaborado por: William Pilco

Por lo tanto se establece que por cada dólar invertido existe una ganancia de \$1,58 a favor de la Corporación COCIHC.

4.5.14.6. Criterios de Evaluación

Los criterios que permiten determinar la factibilidad de un proyecto son los que se muestran en la tabla correspondiente:

Tabla 50 Criterios de Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN		
Criterios	Evaluación	Resultado
TIR > TMAR		Viable
VAN descontado TMAR > 0		Viable
PRC < 5 años		Viable

Fuente: (Caldas, 2001)

Elaborado por: William Pilco

En base a los criterios establecidos se concluye que:

- Si la Tasa Interna de Retorno es mayor a la Tasa Mínima de Retorno (TMAR) es viable el proyecto, los resultados de estos indicadores demuestran que la TIR es de 34,61% y la TMAR es de 10,61% cumpliendo el criterio.
- Si el Valor Actual Neto es mayor que cero, es viable el proyecto. En el caso de estudio el VAN es de **1.474.564,82** demostrando una vez más la factibilidad.
- Si el periodo de recuperación es menor a 5 años existe viabilidad; por lo tanto se prevé que la inversión realizada sea recuperada en aproximadamente 3 años y 2 meses; cumpliendo una vez con estos parámetros.
- Por lo tanto, al haber analizado los indicadores y resultados se establece que existe la viabilidad económica para la ejecución del plan de exportación de queso maduro hacia Queens-Estados Unidos.

4.6. Estrategias preliminares de acceso

4.6.1. Estrategias de Forma de pago

Hay varias maneras que permiten la efectuación del pago, por lo que tanto como el comprador deben establecer el mismo, posterior a las negociaciones y acuerdos realizados, beneficiando a las partes. En el siguiente gráfico se muestran las formas de pago existentes.

Gráfico 26 Formas de pago



Fuente: (Pro Ecuador, 2016)
Elaborado por: William Pilco

Pago anticipado

El pago acordado se hace con anterioridad a que los productos lleguen al destino, este tipo de pago es riesgoso y generalmente es realizado cuando existe algún tipo de confianza entre el comprador y el vendedor.

A través de cobranzas

Es contrario al anterior, básicamente este tipo de pago hace referencia a que el comprador cancelará los valores adeudados una vez que los productos lleguen al lugar de destino, al igual que en el caso anterior existe un riesgo mayor para el vendedor, las cobranzas pueden ser realizadas:

- **Directa:** Entre el comprado y el vendedor
- **A través de un representante del exportador:** Todo el proceso de cobro ser realizado por la persona designada por la empresa
- **A través de un banco:** A través de una carta de crédito irrevocable

A través de carta de crédito irrevocable y confirmada

El importador debe realizar el respectivo pago de la negociación por medio de una institución financiera que es considerado como el emisor y una institución financiera del país del comprador denominado banco corresponsal.

A consignación

Al realizar la negociación, dentro de esta se estipula que el pago será en base a los productos vendidos por los importadores.

4.6.2. Estrategias de promoción

Las estrategias de promoción que utilizará la Corporación en el mercado extranjero son las siguientes:

- Participación en ferias, exposiciones, rondas de negocios, organizadas por la cancillería ecuatoriana en Estados Unidos con la finalidad de promocionar el producto en el mercado.
- Revisar el diseño e imagen del producto buscando captar la atención de los consumidores
- Utilización de estrategias de publicidad a través del internet y redes sociales
- Creación de una página web para COCIHC
- Aplicación de encuestas online que permitan determinar la aceptación del producto en el mercado extranjero
- Difusión de videos aplicando estrategias de marketing que generen impacto y curiosidad en los visualizadores

CONCLUSIONES

- La Corporación COCIHC actualmente cuenta con excedente de materia prima (leche) misma que es distribuida a otros centros de acopio lecheros; lo que provoca baja rentabilidad para los socios, ya que el comercializar la leche sin ser procesada y sin dar un valor agregada a la misma, no genera la rentabilidad esperada.
- A través del estudio de mercado se determinó que la población existente en Queens-Estados Unidos es muy diversa, es así que la presencia de asiáticos, europeos africanos, y latinoamericanos es visible; esto permite que la aceptación del producto a exportar, en este caso el queso maduro, sea verificable debido a los hábitos de consumo, gustos y preferencias del consumidor, que por lo mencionado varía de persona a persona.
- Mediante el estudio financiero planteado se establecieron los montos de inversión necesario para que la Corporación pueda exportar queso maduro hacia Queens-Estados Unidos, a través del cálculo de indicadores financieros se evidenció la viabilidad existente del proyecto de exportación y es así que se prevé una recuperación de la inversión en aproximadamente 3 años y 2 meses por ejemplo; cada uno de los indicadores analizados como VAN, TIR, PRC, Relación C/B evidencian la factibilidad económica del estudio beneficiando así a los socios de la organización.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere a los directivos y socios de la Corporación a través de una Asamblea General decidan sobre el uso que se debe dar al excedente de materia prima existente, considerando varias alternativas cuyo enfoque se dirija a la generación de mayores utilidades para la Corporación, beneficiando así a los involucrados directos e indirectos de la misma.
- Se sugiere a la empresa realizar estudios de mercado periódicos, de manera que a través de los mismos se logre tomar decisiones enfocadas en el incremento de la producción en el caso de ser necesario, buscando satisfacer las necesidades, gustos y preferencias del consumidor; lo que provocará la fidelización de los clientes y por ende mayores ingresos que serán de utilidad para la COCIHC.
- Se sugiere que la corporación COCIHC implemente el proceso de exportación de queso maduro hacia Queens- Estados Unidos, y de esta manera se resolvería la problemática de excedente de leche, y el crecimiento en el mercado permitirá que los socios obtengan mayores beneficios, de manera que la calidad de vida de las comunidades que son parte de la corporación mejoren grandemente.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica*. Caracas: EPISTEME C.A.
- Armijos, D. (2014). *Glosario de términos de Comercio Exterior*. Recuperado de <http://www.mardelplata.gob.ar/documentos/exportar/glosario.pdf>
- Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (2011). *Guía básica del exportador*. México: Bancomext.
- Barreno, J., & Flores, K. (2015). *Diseño del plan de exportación de pulpa y dulce de guayaba producido en la provincia de Tungurahua para el mercado alemán de Núremberg, Alemania*. (Tesis de pregrado. Universidad Politécnica Salesiana). Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9928/1/UPS-GT000952.pdf>
- Bernácel, R. (2015). *Queso Nutrición y Dieta*. Revista de Salud y Bienestar, 32-33.
- Cámara de Comercio de Quito. (2016). *Guía General del Exportador*. Quito: CCQ.
- Carvajal, L. (2013). *El método inductivo de investigación*. Recuperado de <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>
- Connectamericas. (s.f.). *Plan de exportación*. Recuperado de <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>
- Deresky, H. (2014). *International Managment*. New York: Prentice Hall.
- DistanceFromTo. (2017). *Distance Between cities and places*. Recuperado de <http://www.distancefromto.net/>
- FAO. (2011). *Procesos para la elaboración de productos lácteos*. Buenas prácticas en el manejo de la leche.
- García, J. (2015). *Diseño de un proyecto de exportación de chocolate fino ecuatoriano al mercado de Chile*. (Tesis de pregrado. Universidad Politécnica Salesiana) Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9927/1/UPS-GT000950.pdf>

- GifeX. (2017). *Mapas y satélites del mundo* . Recuperado de <http://www.gifex.com/America-del-Sur/Ecuador/Chimborazo/Politicos.html>
- Globlofran. (2016). *Características del consumidor Estadounidense*. Receuperado de: <http://globofran.com/caracteristicas-del-consumidor-estadounidense/>
- Gómez, O. (2012). *Costo, volumen, precio y utilidad: dinámica del desempeño financiero industria confecciones infantiles*. Cuadernos de administración , 56-66.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones . (2017). *Estados Unidos. Ficha Técnica País* . Recuperado de: www.PROEC_FT2017_USA_OCTUBRE-1.pdf
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2016). *Análisis Sectorial Lácteos*. Quito: MAGAP.
- Jurado, Y. (2016). *Incoterm FOB: Free On Board*. Recuperado de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/incoterm-fob-free-on-board-franco-a-bordo-1>
- Lombard, M. (2017). *¿Cuál es el grupo latino más numeroso en Nueva York?* El Diario.
- Marqués, V. (2017). *Icoterms*. Recuperado de https://azure.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/incoterms/contenido_sidN_1052425_sid2N_1052384_cidIL_1264369_ctyIL_139_scidN_1264369_utN_3.aspx
- Martin, M., & Martinez, R. (2012). *Manual práctico de comercio exterior*. Fundación Confemetal.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación* . México : Universidad Nacional Autónoma de México .
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). *Sector 1. Exportaciones*. Recueperado de <http://www.proecuador.gob.ec/sector1-3/>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2016). *Producción del queso en Ecuador* . Recuperado de www.mipro.gov.ec
- Montesdeoca, P., & Zambrano, Y. (2012). *Diseño de un plan de exportación de artesanías elaboradas con la fibra de banano dirigido a la asociacion de*

- mujeres agro-artesanales de la provincia de El Oro.* (Tesis de pregrado. Universidad Politécnica Salesiana) Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1894/14/UPS-GT000286.pdf>
- Morales, C. (2000). *Plan de exportación.* México: Unidos.
- Morales, D. (2013). *El proyecto de exportación, elemento básico de la planeación de marketing.* Scielo , 1-6.
- Murillo, S. (2014). *Plan estratégico para el desarrollo turístico del condado de Queens, estado New York.* (Tesis de pregrado. Universidad Técnica Particular de Loja). Recuperado de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/8900/1/Murillo_Saltos_Silvia_Lourdes.pdf
- Nielsen. (2015). *Consumidores multiculturales transforman Estados Unidos.* Recueperado de <http://www.nielsen.com/ar/es/insights/news/2015/consumidores-multiculturales-transforman-estados-unidos.html>
- OBS Business School. (2016). *¿Qué es un proyecto? Una definición práctica.* Recuperado de: <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/administracion-de-proyectos/que-es-un-proyecto-una-definicion-practica>
- Oficina de información diplomática. (2017). *Ficha país. Estados Unidos.* Recuperado de http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/estadosunidos_ficha%20pais.pdf
- Orellana, W. (2017). *Acuerdo comerciales y preferencias, claves para negociaciones con EE.UU.* El Telégrafo.
- Palella, S. S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa.* Caracas: Fedupel.
- Pro Ecuador . (2016). *La preferencia del consumidor norteamericano .* Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/La-preferencia-del-consumidor-norteamericano-hacia-la-Quinua-Los-Angeles-Enero-2016.pdf>

- Pro Ecuador. (2014). Perfil logístico de Estados Unidos año 2014. *PRO ECUADOR*.
- Pro Ecuador. (2016). *Instituto de promoción de exportaciones e inversiones*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-tipos-de-cobros-en-negociaciones-se-pueden-usar/>
- Pro Ecuador (2015). *Análisis Sectorial queso*. Quito: ProEcuador.
- Quesería la antigua. (2014). *Estados Unidos triplica su consumo de queso*. Recuperado de <http://www.queserialaantigua.com/blog/estados-unidos-triplica-su-consumo-de-queso/>
- Quezada, I. (2013). *Tendencias mundiales del consumo de quesos y su comercialización*. Recuperado de http://www.agrimundo.cl/wp-content/uploads/131202_reporte_leche_n3.pdf
- Quintero, J. (2013). *Planificación*. Habana: Emprestur, S.A.
- Sampieri, R. (2007). *Fundamentos de metodología de investigación*. México: McGraw-Hill.
- Sánchez, M. (2014). *Plan de Exportación de Café a Hamburgo Alemania*. (Tesis de pregrado. Universidad de América Latina) Recuperado de: <http://www.udalxalapa.edu.mx/TesisPDF/2008/MariaIreneAndradeSanchezNegocios.pdf>
- Sandín, E. (2003). *Investigación cualitativa en educación*. España: McGraw-Hill.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Santiago : McGraw-Hill.
- Sarmiento, J. (2010). *Evaluación de proyectos*. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/decisiones/Julio/EvalProy.PDF>
- Sendin, A. (2012). *Concepto de proyecto*. Recuperado de http://paginaspersonales.deusto.es/asendin/Archivos/Proyectos/040504_ContentidoProyectos-Capt01_v2.pdf
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2012). *Exportación*. Recuperado de https://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2016). *Exportaciones* . Recuperado de www.aduana.gov.ec
- Simoes, A. (2011). *Importaciones y exportaciones*. Recuperado de <http://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/ecu/>
- Tamayo, M. (2012). *Proceso de la investigación científica*. Madrid: Limusa.
- United States Census . (2016). *Indicadores socio económicos de Queens- Estados Unidos* . Recuperado de <https://www.census.gov/library/working-papers.html>
- Vaquiroy, J. (2010). *Período de recuperación de la inversión*. Recuperado de <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Varas, L. (2014). *Exportaciones e importaciones*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/sector1-3/>
- Vergara Costina, N. (2012). *Marketing y Comercialización Internacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Vives Proyectos. (2013). *Exportación e importación en la empresa*. Alemania: ACF Internacional.

