



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA COMERCIO EXTERIOR

**“PROYECTO PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESO ANDINO SEMI-MADURO DE
LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTÓNOMOS CEBADENITO,
UBICADA EN LA PARROQUIA CEBADAS CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE
CHIMBORAZO HACIA EL MERCADO DE NEW YORK – ESTADOS UNIDOS,
PERIODO 2016”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

AUTORA:

HERMINIA AMARILIS ROMERO HEREDIA

Riobamba-Ecuador

2020



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA COMERCIO EXTERIOR

“PROYECTO PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESO ANDINO SEMI-MADURO DE LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTÓNOMOS CEBADENITO, UBICADA EN LA PARROQUIA CEBADAS CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO HACIA EL MERCADO DE NEW YORK – ESTADOS UNIDOS, PERIODO 2016”

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

AUTORA: HERMINIA AMARILIS ROMERO HEREDIA

TUTORA: Ing. MÓNICA ISABEL IZURIETA CASTELO

Riobamba-Ecuador

2020

©2021, Herminia Amarilis Romero Heredia

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, HERMINIA AMARILIS ROMERO HEREDIA, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son originales. Los textos utilizados en el presente trabajo de titulación, mismas que provienen de otra fuente, están debidamente citados y conferenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica del contenido de este trabajo de titulación.


Riobamba, 28 de julio de 2020

A handwritten signature in blue ink that reads "Amarilis Romero". The signature is stylized with large, overlapping loops and a heart-like shape above the letter 'i' in "Amarilis".

Herminia Amarilis Romero Heredia
C.C. 060478952-9

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA COMERCIO EXTERIOR

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESO ANDINO SEMI-MADURO DE LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTÓNOMOS CEBADENITO, UBICADA EN LA PARROQUIA CEBADAS CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO HACIA EL MERCADO DE NEW YORK – ESTADOS UNIDOS, PERIODO 2016**, realizado por la señorita: Herminia Amarilis Romero Heredia, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Eco. Antonio Duran Pinos PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	FIRMA ANTONIO DURAN PINOS <small>Firmado digitalmente por ANTONIO DURAN PINOS Fecha: 2022.02.15 20:43:32 -05'00'</small>	2020-07-28
Ing. Mónica Isabel Izurieta Castelo DIRECTOR(A) DE TRABAJO DE TITULACIÓN	 <small>Firmado digitalmente por:</small> MONICA ISABEL IZURIETA CASTELO	2020-07-28
Ing. Luis Alberto Esparza Córdova MIEMBRO DEL TRIBUNAL	LUIS ALBERTO ESPARZA CORDOVA <small>Firmado digitalmente por LUIS ALBERTO ESPARZA CORDOVA Fecha: 2022.02.15 20:21:17 -05'00'</small>	2020-07-28

DEDICATORIA

Este proyecto va dirigido a mi familia, por su apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida, en especial a mi mami Matilde Heredia que ha guiado mis pasos día a día, ha sido el pilar fundamental de mi formación personal y profesional.

Herminia

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, porque gracias a sus bendiciones me permitió terminar exitosamente una etapa más de mi vida. Así mismo, agradezco a mis padres por el apoyo incondicional que me dieron durante el desarrollo de la presente; mi familia por ser la fortaleza en todo momento. En especial a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas, a la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, y a los señores docentes que aportaron con sus conocimientos a lo largo de mi carrera.

Herminia

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	7
1.1. Origen de queso.....	7
1.2. Características generales.....	7
1.3. Clasificación.....	8
1.4. Propiedades y aportes nutricionales.....	8
1.5. Quesos en el Ecuador.....	8
1.6. Estudio de mercado internacional.....	9
1.7. Pasos para el estudio del mercado internacional.....	9
1.8. Marketing mix.....	10
1.9. Logística y transporte internacional.....	10
1.10. Estudio técnico.....	10
1.11. Estudio financiero.....	11
1.12. Evaluación del proyecto.....	11
1.13. Proyecto de exportación.....	12
1.14. Estructura de un proyecto de exportación.....	12
1.15. Marco conceptual.....	13
1.16. Incoterms.....	14
1.17. Idea a defender.....	15
1.17.1. <i>General</i>	15
1.18. Variables.....	15
1.18.1. <i>Variable independiente</i>	15
1.18.2. <i>Variable dependiente</i>	15

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO	16
2.1. Modalidad de la investigación.....	16
2.2. Tipos de investigación.....	16
2.2.1. <i>Estudio exploratorio</i>	16
2.2.2. <i>Estudio descriptivo</i>	16
2.2.3. <i>Bibliográfico-documental</i>	16
2.3. Población y muestra.....	17
2.3.1. <i>Unidad de estudio</i>	17
2.3.2. <i>Universo</i>	17
2.3.3. <i>Tamaño de la muestra</i>	17
2.4. Métodos, técnicas e instrumentos.....	18
2.4.1. <i>Método inductivo</i>	18
2.4.2. <i>Método deductivo</i>	18
2.5. Técnica.....	19
2.6. Resultados.....	19
2.6.1. <i>Interpretación de las encuestas</i>	19
2.7. Resultados de las encuestas.....	20
2.8. Verificación de la idea a defender.....	20

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	22
3.1. Título.....	22
3.2. Identificación del proyecto.....	22
3.2.1. <i>Generalidades de la empresa</i>	22
3.2.1.1. <i>Reseña histórica</i>	22
3.2.1.2. <i>Misión y visión</i>	23
3.2.1.3. <i>Valores</i>	24
3.2.1.4. <i>Principales clientes</i>	24
3.2.2. <i>Logotipo</i>	24
3.2.3. <i>Tecnología</i>	25
3.2.4. <i>Productos y servicios</i>	25
3.3. Estructura organizacional.....	27
3.4. Estudio de mercado.....	27
3.4.1. <i>Identificación del producto</i>	27

3.4.1.1. <i>Composición nutricional</i>	28
3.4.1.2. <i>Beneficios del queso semi- maduro</i>	28
3.4.1.3. <i>Proceso productivo de la elaboración del queso andino semi-maduro</i>	29
3.4.2. <i>Descripción del proceso</i>	29
3.4.3. <i>Partida arancelaria sugerida</i>	31
3.4.4. <i>Producción y consumo de queso en el mundo</i>	31
3.5. Análisis del Ecuador y su participación internacional	33
3.6. Exportaciones de Ecuador del año 2012 al 2015	33
3.7. Mercado objetivo	34
3.8. Análisis del país de destino	34
3.8.1. <i>Economía</i>	34
3.8.2. <i>Población</i>	35
3.8.3. <i>Moneda</i>	35
3.8.4. <i>Idioma</i>	35
3.9. Perfil de mercado de New York	35
3.10. Actividad economía	36
3.11. Segmentación de mercado	36
3.11.1. <i>Geográfico</i>	36
3.11.2. <i>Demográfico</i>	37
3.11.3. <i>Socioeconómico</i>	37
3.12. Presentación del producto en el mercado	38
3.13. Productos sustitutos y complementarios	38
3.14. Comercio exterior	39
3.14.1. <i>Importaciones de quesos en New York -Estados Unidos</i>	39
3.15. Competencia internacional	39
3.16. Consumo de quesos en New York - Estados Unidos	41
3.17. Acuerdos comerciales	42
3.18. SGP Sistema generalizado de preferencias de los Estados Unidos	42
3.19. Oportunidades comerciales	43
3.20. Acceso al mercado y las normas de origen	43
3.21. Clasificación arancelaria y descripción de producto	43
3.22. Análisis y proyección de la demanda	44
3.22.1. <i>Descripción general de la demanda de quesos en New York - Estados Unidos</i>	44
3.23. Análisis y proyección de la oferta	46
3.24. Análisis comparativo oferta-demanda	47
3.25. Análisis de los precios mercado nacional	47
3.26. Análisis de la comercialización-exportación	48

3.26.1. <i>Envasado</i>	48
3.26.2. <i>Empaque</i>	48
3.26.3. <i>Etiquetado</i>	49
3.26.4. <i>Logotipo</i>	50
3.26.5. <i>Embalaje</i>	51
3.27. Estrategias de MIX- MARKETING	52
3.28. Presentación de producto	52
3.29. Precio de producto	52
3.30. Estrategias de plaza - canales de distribución	52
3.31. Estrategias de promoción	53
3.32. Estrategias de comercialización	54
3.33. Estudio técnico	54
3.33.1. <i>Objetivo del estudio técnico</i>	54
3.33.2. <i>Determinación del tamaño del proyecto</i>	54
3.33.3. <i>Factores de viabilidad</i>	54
3.33.4. <i>Factores de optimización</i>	55
3.33.5. <i>Determinación del tamaño óptimo</i>	55
3.33.6. <i>Localización del proyecto</i>	56
3.33.7. <i>Macro localización</i>	56
3.33.8. <i>Micro localización</i>	57
3.33.9. <i>Ingeniería del proyecto</i>	58
3.33.9.1. <i>Infraestructura física de la empresa</i>	58
3.33.10. <i>Esquema del proceso productivo</i>	61
3.33.11. <i>Flujo de producción</i>	62
3.34. Flujo grama del proceso de la producción	63
3.35. Desarrollo del flujograma	63
3.35.1. <i>Requerimientos de materia prima, equipos y maquinarias</i>	64
3.35.2. <i>Requerimiento de talento humano</i>	66
3.35.3. <i>Precio del producto nacional</i>	67
3.35.4. <i>Precio en el mercado internacional</i>	67
3.35.5. <i>Estudio del impacto ambiental y social</i>	68
3.36. Estudio administrativo legal para exportación	69
3.36.1. <i>Objetivos del estudio administrativo legal</i>	69
3.36.2. <i>Aspectos administrativos</i>	69
3.37. Organigrama de la empresa	70
3.37.1. <i>Descripción de funciones</i>	70
3.37.2. <i>Aspecto legal de la empresa</i>	73

3.37.3. Instituciones relacionadas con el comercio internacional	74
3.37.3.1.Ley economía popular y solidaria.....	74
3.37.3.2.Constitución	75
3.37.3.3.Asociados y organización interna	75
3.37.3.4.Constitución de la República del Ecuador.....	75
3.37.4. PNBV.....	76
3.37.4.1.Objetivo 10.....	76
3.37.4.2.Ley de régimen tributario interno	76
3.37.4.3.Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	76
3.37.4.4.Ministerio del Ambiente (MAE)	77
3.37.4.5.Instituto de promoción de exportaciones e inversiones (PRO ECUADOR)	77
3.37.4.6.Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)	78
3.37.4.7.Ministerio de Comercio exterior	78
3.38. Aspecto legal para exportación	78
3.38.1. Normativas y leyes relacionadas al proyecto	78
3.38.2. Medidas arancelarias	78
3.38.3. Barreras no arancelarias	79
3.38.4. Documentos de revisión	79
3.38.5. Certificado de registraci3n	80
3.38.6. Los requerimientos del sistema automatizado de exportaci3n.....	80
3.38.6.1.Generalmente ese llenado necesita lo siguiente	80
3.38.6.2.Suministro de informaci3n correcta	81
3.38.7. Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado	81
3.38.7.1.Existen diferentes directrices en materia de etiquetado para cada tipo de producto .	82
3.38.7.2.Certificaciones	82
3.38.7.3.HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points)	82
3.38.7.4.USDA – Organic Certification.....	83
3.38.8. Aduanas	83
3.38.8.1.Incoterms a utilizar	83
3.38.8.2.Tr3mites de exportaci3n y gastos exigidos	84
3.38.8.3.Registro del exportador.....	85
3.38.8.4.Procesos de exportaci3n	85
3.38.8.5.Logística de exportaci3n y gastos exigidos.....	86
3.38.8.6.Medios de pago	88
3.38.9. Costos de exportaci3n.....	89
3.39. Estudio econ3mico financiero	89
3.39.1. Objetivos del estudio econ3mico-financiero	90

3.39.2. <i>Plan de inversiones</i>	90
3.39.3. <i>Análisis de los costos unitarios</i>	90
3.39.4. Ingresos	93
3.39.5. Egresos	93
3.39.5.1. <i>Costos unitarios proyectados con la inflación de 3.4%</i>	93
3.39.6. <i>Costo del proyecto</i>	95
3.39.6.1. <i>Inversión fija intangible</i>	95
3.39.6.2. <i>Inversión fija tangible</i>	96
3.39.6.3. <i>Capital de trabajo</i>	96
3.40. Estados financieros	97
3.40.1. <i>Estado de situación inicial</i>	97
3.40.1.1. <i>Balance general</i>	99
3.40.1.2. <i>Estado de resultados</i>	101
3.41. Punto de equilibrio	102
3.42. <i>Evaluación del proyecto</i>	103
3.42.1. <i>Flujo de fondos netos</i>	103
3.42.2. <i>Evaluación financiera</i>	103
3.42.2.1. <i>Valor actual neto (VAN)</i>	104
3.42.2.2. <i>Tasa interna de retorno (TIR)</i>	105
3.42.2.3. <i>Relación Beneficio/Costo (RB/C)</i>	106
3.42.2.4. <i>Periodo de recuperación del capital</i>	107
CONCLUSIONES	108
RECOMENDACIONES	109

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Tamaño de la población.....	17
Tabla 2-2: Proveedores	18
Tabla 3-2: Interpretación de las Encuestas	19
Tabla 1-3: Oferta de los tipos de quesos que produce la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomas Cebadeño.....	26
Tabla 2-3: Valor nutricional de 100 Gramos	28
Tabla 3-3: Partida Arancelaria 04.06.90.90.00	31
Tabla 4-3: Principales productores y consumidores	32
Tabla 5-3: Producción por sectores económicos de Estados Unidos	34
Tabla 6-3: Población ocupada por sector económico	36
Tabla 7-3: Segmentación de mercado.....	37
Tabla 8-3: Formas de presentación del producto	38
Tabla 9-3: Tipo de Quesos que más consume New York -Estados Unidos.....	38
Tabla 10-3: Importaciones de quesos a New York	39
Tabla 11-3: Quesos Maduro y Semi -maduro	39
Tabla 12-3: Clasificación Arancelaria	44
Tabla 13-3: Consumo anual de quesos en kilogramos por persona en New york – Estados Unidos	45
Tabla 14-3: Proyección de la demanda	46
Tabla 15-3: Proyección de la oferta	46
Tabla 16-3: Proyección de la demanda insatisfecha	47
Tabla 17-3: Precio del producto.....	47
Tabla 18-3: Etiqueta.....	50
Tabla 18-3: Flujo de producción.....	62
Tabla 19-3: Desarrollo de flujograma.....	63
Tabla 20-3: Materia prima	64
Tabla 21-3: Requerimiento de insumos	64
Tabla 22-3: Requerimiento de muebles y enseres.....	65
Tabla 23-3: Requerimiento de herramientas	65
Tabla 24-3: Requerimiento de suministros y útiles de oficina.....	65
Tabla 25-3: Requerimiento de equipos de oficina	65
Tabla 26-3: Requerimiento de maquinaria.....	66
Tabla 27-3: Requerimiento de equipo computación	66
Tabla 28-3: Requerimiento vehículo.....	66
Tabla 29-3: Talento humano requerido para el proyecto	66

Tabla 30-3: Precio Ex woks o en fábrica	67
Tabla 31-3: Precio FOB.	67
Tabla 32-3: Documentos para exportación	84
Tabla 33-3: Costo de exportación	89
Tabla 34-3: Maquinarias	90
Tabla 35-3: Muebles y enseres.....	90
Tabla 36-3: Equipos de oficina	91
Tabla 37-3: Equipos de computación.....	91
Tabla 38-3: Materia prima	91
Tabla 39-3: Insumos o materia prima indirecta	91
Tabla 40-3: Vehículos.....	91
Tabla 41-3: Suministros de oficina	92
Tabla 42-3: Herramientas.....	92
Tabla 43-3: Gastos indirectos de fabricación.....	92
Tabla 44-3: Gastos de exportación.....	92
Tabla 45-3: Gastos sueldos	92
Tabla 46-4: Flujo de ventas anuales	93
Tabla 47-3: Proyección materia prima.....	93
Tabla 48-3: Proyección Insumos.....	94
Tabla 49-3: Proyección Mano de obra.....	94
Tabla 50-3: Proyección Gastos de exportación.....	94
Tabla 51-4: Proyección Gastos indirectos de fabricación.....	94
Tabla 52-3: Proyección Suministros de oficina	95
Tabla 53-3: Calculo de depreciaciones	95
Tabla 54-3: Calculo de amortizaciones de activos intangibles	95
Tabla 55-3: Inversión fija intangible.....	95
Tabla 56-3: Inversión fija tangible.....	96
Tabla 57-3: Capital de trabajo.....	96
Tabla 58-3: Inversión total del proyecto	97
Tabla 59-3: Punto de equilibrio	102
Tabla 60-3: Flujo de Efectivo	103
Tabla 61-3: Evaluación del proyecto	107

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3. Ubicación de la empresa	23
Figura 2-3. Logotipo de la Asociación de Trabajadores Autónomos Cebadeño	25
Figura 3-3. Presentación de los tipos Quesos Cebadeño	26
Figura 4-3. Mapa de New York	37
Figura 5-3. Empaque “Cebadeño”	49
Figura 6-3. Logotipo	50
Figura 7-3. Embalaje.....	51
Figura 8-3. Macro localización	57
Figura 9-3. Micro localización.....	58
Figura 10-3. Vista frontal de la empresa.....	59
Figura 11-3. Vista posterior de la empresa	59
Figura 12-3. Vista lateral izquierdo de la empresa	59
Figura 13-3. Vista lateral derecho de la empresa	60
Figura 14-3. Plano para la empresa.....	60
Figura 15-3. HACCP	82
Figura 16-3. USDA.....	83
Figura 17-3. FOB franco abordó.....	84
Figura 18-3. Logística y transporte	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3. Estructura Organizacional de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito	27
Gráfico 2-3. Exportación en toneladas	33
Gráfico 3-3. Consumo de Quesos New York - Estados Unidos.....	41
Gráfico 4-3. Canales de distribución.....	53
Gráfico 5-3. Esquema de procesos.....	61
Gráfico 6-3. Flujograma de procesos	63
Gráfico 7-3. Organigrama de la empresa	70
Gráfico 8-3. Medios de pago.....	88

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

ANEXO B: MAQUINARIA Y EQUIPOS

ANEXO C: DOCUMENTOS PARA DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN

RESUMEN

Este trabajo de titulación tuvo como objetivo principal desarrollar un proyecto de exportación de Queso Andino Semi-maduro de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” ubicada en la parroquia Cebadas cantón Guamote provincia de Chimborazo, con el propósito de dar a conocer los tramites y procesos para la exportación y de esta manera poder mejorar la calidad del producto , aumento de la capacidad productiva y la empresa que beneficiara a la parroquia Cebadas del cantón Guamote y a la provincia de Chimborazo. El trabajo se basó en el uso de encuestas, entrevistas para su investigación, páginas web que facilitaron la investigación y generando información del país y el mercado objetivo, guiándonos en herramientas de logística, trámites aduaneros, comercialización, seguros y formas de pago. Al final se realiza los sistemas contables para analizar la viabilidad del proyecto donde se calculó con datos reales y se obtuvo buenos resultados como el valor actual neto (VAN) que es 49.548,36 y tasa interna de retorno (TIR) 24,5% con un periodo de recuperación de la inversión será en 3 años, 1 mes, 12 días de esta manera la propuesta que se ha implementado en del proyecto demuestre gran relevancia , determinando que la exportación de queso Andino Semi-maduro hacia New York- Estados Unidos es viable financieramente por ello se recomienda a la empresa la aplicación de este proyecto de exportación .ya que factible por los ratios financieros obtenidos que determina la viabilidad y rentabilidad para la empresa .

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <EXPORTACIÓN>, <VALOR ACTUAL NETO (VAN)>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>, <GUAMOTE (CANTÓN)>.

0141-DBRA-UTP-2022



ABSTRACT

The main objective of this research work was to develop an export project of Semi-mature Andean Cheese of the Association of Self-Employed Agricultural Workers "Cebadeñito", located in Cebadas parish of Guamote canton in Chimborazo province, with the purpose of publicizing the procedures and processes for export and in this way to improve the quality of the product, increase the productive capacity and the company. It will benefit Cebadas parish, Guamote canton and Chimborazo province. The work was based on the use of surveys, research interviews, web pages that facilitated the research and generated information about the country and the target market, guiding in logistics tools, customs procedures, marketing, insurance and payment methods. At the end, the accounting systems were made to analyze the feasibility of the project where it was calculated with real data and good results were obtained as the net present value (NPV) which is 49. 548, 36 and the internal rate of return (IRR) of 24.5% with a payback period of the investment of 3 years, 1 month, and 12 days, by this means, the proposal that has been implemented in the project shows great relevance, determining that the export of Semi-mature Andean Cheese to New York-United States is financially viable. Therefore, it is recommended to the company the implementation of this export project since it is feasible due to the financial ratios obtained which determines the viability and profitability for the company.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <EXPORT>, <NET PRESENT VALUE (NPV)>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>, <GUAMOTE (CANTON)>

SILVIA
NARCISA
CAZAR
COSTALES

Firmado
digitalmente por
SILVIA NARCISA
CAZAR COSTALES
Fecha: 2022.02.07
03:23:54 -05'00'

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país agroindustrial por naturaleza que ha alcanzado en los últimos tiempos un gran desarrollo de la producción de quesos que las empresas han adoptado para un crecimiento sostenible para la elaboración, producción y de esta manera poder conservar las propiedades netas del producto, debido a su gran valor nutricional y biológico siendo un alimento de fácil digestión.

Los Estados Unidos es uno de los principales mercados de destino de los productos lácteos debido al alto consumo, la Asociación Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” ha escogido producir Queso Andino Semi-maduro, pretendiendo llegar al mercado objetivo como es el estado de New York – Estados Unidos con un producto de calidad y precio accesible.

Al desarrollo del presente proyecto está enfocado en cuatro capítulos, que se explica el proceso para la exportación de Queso Andino Semi-maduro hacia del mercado de New York – Estados Unidos.

Capítulo 1: Está dirigido al problema que se va a investigar, así como su formulación y su planteamiento, también se revela la importancia y factibilidad de la misma a través de la justificación que nos da como resultado los objetivos que se piensan cumplir.

Capítulo 2: Aquí se desarrolla el fundamento teórico donde se sustentará el análisis y del desarrollo de la propuesta, también dar la idea a defender de mi investigación.

Capítulo 3: Es donde aplicamos la metodología que se va a tener, así como la muestra de estudio, métodos, técnicas e instrumentos a utilizarse.

Capítulo 4: En este capítulo es muy importante y fundamental para los procesos y modelo de la exportación como son los requerimientos tanto del país de destino como desde el Ecuador, documentación necesaria para realizar la exportación y finalmente se realiza los estados financieros que nos permitirá ver si es o no factible la exportación de Queso Andino Semi-maduro.

Planteamiento del problema

El dinamismo con el cual se desarrollan las actividades cotidianas y la competencia mundial obliga a las economías de los países, a buscar la diversificación de su oferta exportable, la globalización del comercio internacional y los acuerdos que Ecuador ha firmado y firmará con

muchos países y regiones ofrecen amplias posibilidades para que en el país, se fortalezca el desarrollo de la producción y así incrementar la comercialización a nivel nacional e internacional, volviéndonos grandes exportadores ya no solo de productos primarios como lo ha venido siendo el país y convertirnos en un ofertante de productos con valor agregado y de alta calidad como busca ser la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño ofertando el queso Andino semi -maduro que es muy conocido en Ecuador pero no en otros países.

Ecuador al ser exportador de productos tradicionales busca diversificar su oferta industrializando sus productos y dándole valor agregado basándose en los fines de la política comercial que busca promover las exportaciones, de preferencia de los pequeños y medianos productores y las que generan fuentes de empleo y buscan mejorar la calidad de vida de los pobladores aledaños a la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño que está ubicada en la parroquia cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo, dedicada a la producción y elaboración de lácteo esta actividad han suscitado múltiples problemas como: la falta de un proyecto que permita informar y asesorar acerca de la comercialización del queso andino - semiduro principalmente estudios de mercado a nivel internacional, desconocimiento de procesos de exportación, precios bajos en el mercado interno y por ende baja rentabilidad para los productores, falta de integración por parte de los productores, falta de equipos, herramientas, materiales y tecnología para comercialización a mayor escala. Todos estos inconvenientes incentivan a realizar este proyecto de investigación.

Formulación del problema

¿Cómo el proyecto de exportación de queso andino semi-maduro de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño, ubicada en la Parroquia Cebadas cantón Guamote provincia de Chimborazo hacia del mercado de New York - Estados Unidos, ¿para mejorar la economía local?

Delimitación del problema

Campo: Comercio Exterior

Área: Exportaciones

Aspecto: Exportaciones de Alimentos

Espacial: Parroquia Cebadas cantón Guamote provincia de Chimborazo

Tiempo: 2016

Justificación

La oferta de leche de la Parroquia Cebadas, ha permitido que los mercados aledaños dispongan para su consumo diario este tipo de productos, por su calidad y prestigio la Asociación de trabajadores autónomos Cebadeño, pretenden llegar con el producto y sus derivados a mercados internacionales no solo como materia prima si no como productos con un alto valor agregado como es el caso del queso Andino semi-maduro.

Con este proyecto se pretende fomentar el desarrollo de la industria nacional, potenciar la imagen del Ecuador como exportador de productos con valor agregado y aprovechar la demanda, es importante considerar también que al incrementar las exportaciones de productos no tradicionales y con valor agregado como es el queso Andino semi-maduro, ayudará a diversificar la producción nacional buscando nuevos mercados que fortalecerán competitivamente creando divisas para la empresa, este negocio puede ser explotado a medida del conocimiento de sus beneficios ya que durante los últimos años ha incrementado por la nueva tendencia hacia el cuidado de la salud, logrando que esta actividad sea contemplada como una actividad de negocio productiva, como resultado de la gestión económica se verá beneficiada económicamente y socialmente la parroquia cebadas, cantón Guamate la cual cuenta con pequeños productores campesinos indígenas de varias comunidades que se dedican a la producción de leche que son los beneficiados y a su vez la empresa en si por el incremento de utilidad la misma que con el tiempo generara más fuentes de trabajo ofreciendo así al cliente un producto de calidad.

Actualmente, el queso es uno de los productos lácteos que más se consumen en todo el mundo, a través de este proyecto de exportación, se convertiría en una empresa más competitiva, con posibilidades de obtener gran rentabilidad, constituyéndose de esta manera como una gran oportunidad para la apertura de nuevos mercados.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar el proyecto de exportación de queso andino semi-maduro de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño, ubicada en la Parroquia Cebadas cantón Guamate provincia de Chimborazo hacia el mercado de New York - Estados Unidos, para mejorar la economía local.

Objetivos específicos

- Sustentar teóricamente la presente investigación para tener una línea base del estudio del mismo.
- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda insatisfecha de este producto en los mercados de New York en del año 2016.
- Realizar el análisis Económico financiero que pueda obtener la factibilidad en este proyecto de exportación.

Antecedentes de investigaciones anterior

Tema:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESO AMASADO FABRICADO POR PRODALSAN EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL PROVINCIA DE CARCHI CON DESTINO A SAN JUAN DE PASTO, COLOMBIA.

Autor:

Cristian Fernando Guerrero Ochoa

Universidad:

Universidad Tecnológica Equinoccial

Resumen:

Actualmente Ecuador ha contado con una estabilidad económica sin verse afectada por las crisis existentes en el planeta, como la crisis que se vivió en Europa o la crisis inmobiliaria en Estados Unidos la cual era más cercana por poseer la misma moneda y por ello depender directamente, la estabilidad que se mantuvo en el Ecuador se debe a las grandes sumas de dinero en inversión pública lo cual hace que fluya la actividad económica y exista circulación de dinero en el país y beneficia a todos los sectores de la economía ecuatoriana, esto facilita el acceso a créditos de todo tipo y en el que se ve beneficiada la empresa PRODALSAN productora de alimentos lácteos que al momento produce queso amasado y en futuro busca diversificar su oferta, pudiendo acceder a un crédito de financiamiento para buscar incrementar su producción y así exportar su producto

queso amasado “Don Queso” a Colombia ya que es un gran mercado por la aceptación que tiene este tipo de lácteo y no existe oferta en el mismo.

PRODALSAN se beneficiaría ya que al ser nuestro país vecino integrante de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), se acogería a los beneficios que se otorgan mutuamente como preferencias arancelarias lo cual haría muy llamativo el producto ya que no se encarecería al tener este beneficio arancelario y entraríamos a competir directamente con el producto colombiano contando como ya se mencionó con la ventaja de ser el único en su tipo y no contar con competencia directa hacia el producto queso amasado.

Análisis de investigación

Esta investigación es muy favorable para mi tema de titulación ya que son reflejados mediante un plan de exportación que involucra variables tanto económicos como financieros que permite conocer los niveles rentabilidad el periodo de recuperación de inversión es beneficio para resolver muchos puntos al momento de exportar productos no tradicionales tales como conocer a tu mercado meta, saber lo que este requiere y como satisfacer sus necesidades.

Tema:

PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESO FRESCO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS 2005- 2014.

Autor:

Rea Rodríguez, Nadia Pamela

Universidad:

Universidad Tecnológica Equinoccial

Resumen:

Ecuador es considerado exportador de productos no tradicionales volviendo sensibles a los precios internacionales, lo que representa que no obtengamos divisas en forma sostenida, esto se debe en parte a la falta de tecnología, para diversificar las exportaciones lo que hace que muchos

de nuestros productos no sean competitivos, basándose en esta realidad me he permitido realizar un Proyecto de Pre factibilidad con el propósito de contribuir al ingreso de divisas a nuestro país, mediante la exportación de productos no tradicionales, como es en el caso de queso fresco. En los últimos años Ecuador empieza a exportar nuevos logrando con ello incrementar la canasta de exportaciones y obtener más divisas para el país. Debido a que el sector quesero es muy fragmentado en nuestro país es muy difícil que cada productor logre exportar sus productos es por eso que es necesario investigar la actividad quesera para determinar si existe la posibilidad de que estos puedan enviar sus productos al exterior, sea individualmente o en forma asociada. En nuestro país las exportaciones son un factor muy importante en los ingresos económicos, además demuestra la competitividad de nuestros productos, es preciso señalar que exportar hacia el mercado de Estados Unidos no es difícil y en muchas ocasiones nuestras empresas por falta de información no exportan productos de buena calidad.

Análisis de la investigación

Este proyecto ha sido muy útil para mi investigación en donde refleja que estados unidos de norte américa es un mercado estratégico para la exportación de difieres tipos de queso debido que el consumo de este producto es muy apetecido y considerando que del precio y variedad al que se lo adquiere en el mercado objetivo, determina que existe la posibilidad de que las industrias queseras logre exportar su producto.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Origen de queso

Definido por la industria alimenticia como un producto fresco o madurado, que puede ser sólido o semisólido y que se logra a partir de la separación del suero de la leche y a la coagulación de la leche natural, entera, semidescremada o descremada. También se obtiene de la crema de la leche o del suero de la manteca o de una mezcla de ambos o de varios de estos productos por acción del cuajo o de otros coagulantes apropiados. El queso proviene de la leche, tanto sea de vaca, oveja, búfala o cabra. Este último más difundido y conocido en estos últimos años.

Para entender el origen del queso, situémonos en épocas muy remotas, donde quienes ordeñaban las vacas dejaron caer por descuido un fruto ácido en la leche recién ordeñada. Transcurrido cierto tiempo observaron que se produjo una división en la leche, separándose el suero de la crema y formándose una pasta blanda y gomosa que tenía buen sabor. Esta división que se produjo por casualidad es lo que hoy conocemos como cuajada. En esa oportunidad lo que se creó fue el primer queso artesanal de la Historia de la Humanidad.

En algún momento alguien olvidó un trozo de esta pasta en una caverna con las condiciones ambientales adecuadas, y al regresar luego de un tiempo descubrió que el alimento olvidado, ahora con una textura más sólida, se encontraba en condiciones óptimas de ser comido. Nació entonces la variedad de queso duro, descubriéndose que podían conservarse y ser consumidos cuando lo desearan, a la vez que habían descubierto una forma de conservar la leche por más tiempo (Battro, 2010).

1.2. Características generales

Según el código alimentario el queso fresco o maduro, sólido o semisólido, obtenido a partir de la coagulación de la leche (a través de la acción del cuajo u otros coagulantes, con o sin hidrólisis previa de la lactosa) y posterior separación del suero. En la elaboración de algún queso especializado como la mozzarella, se emplea la leche de búfala y en otras casas de camella. El queso de cabra (principado de Asturias, España) utiliza una mezcla de leche de vaca, oveja y cabra la grasa de la leche es el nutriente que más influye en el sabor del queso.

1.3. Clasificación

Se puede clasificar el queso según diversos parámetros que son los siguientes:

Según del método de elaboración del queso:

- Queso Fresco: Son queso listo para consumo en cuanto termina del proceso de desuerado y a veces salado.
- Quesos curados o madurados: Son los quesos que una vez que han adquirido las características de los frescos, siguen el proceso de maduración.

Según el proceso de curación y prendado:

- Quesos semiduros: este grupo abarca quesos de muy diversos tipos como son los de pasta azul (Cabralés, Roquefort, Danablu), los de pasta amarilla y cremosa cuya corteza tiene cierta consistencia (Tilsit, Saint Paulin) y también una variedad de queso Manchego (VilrL., 2004).

1.4. Propiedades y aportes nutricionales

Es un alimento de alto valor proteico y rico en calcio, fósforo, riboflavina y vitamina A., dentro del grupo de los alimentos lácteos, el queso es el que provee mayor cantidad de proteínas al organismo. Esas proteínas, por ser derivadas de la leche, tienen un alto valor biológico.

Los semiduros el 25%, los frescos entre un 10 o un 12%, y los fundidos entre un 12 y un 18%. Los quesos tienen un alto contenido de calcio y fósforo, sobre todo los duros. Además, el queso también cumple de alguna forma un rol social, ya que es la excusa perfecta para propiciar un encuentro entre amigos, alrededor de una buena tabla de queso, un buen pan casero y una buena copa de vino (SolosCarnes, 2018).

1.5. Quesos en el Ecuador

El mercado ecuatoriano de quesos es muy dinámico; de acuerdo con las investigaciones de Pulso Ecuador, un 84,3% de los hogares urbanos de las principales 15 ciudades consumen regularmente este producto; esto representa algo más de un millón de hogares. Indudablemente, el mercado más dinámico es el del queso fresco; su tradición y precio son factores decisivos a la hora de elegirlo: 92,8% de los hogares que compran regularmente queso adquieren ese tipo. La variedad mozzarella (11,5%) y los quesos maduros (4,8%) son también predilectos por una gran cantidad

de ecuatorianos; aunque, el precio de estos productos hace que su consumo se concentre mayormente en los hogares de altos ingresos.

El consumo promedio por hogar alcanza las 2,5 unidades de 500 gramos; para ello una familia destina en promedio \$6,5 por mes. El 81,5% del mercado de quesos corresponde a la variedad del fresco, que contempla el queso de mesa, de comida, el amasado, el criollo, entre otros. El 10,3% del gasto mensual corresponde al queso mozzarella, el 4,3% a las variedades de maduros y semiduros, y el restante 3,8% a otras variedades. A la hora de elegir un queso, las preferencias de los ecuatorianos son muy variadas; sin embargo, la calidad(37,5%) en donde se agrupan principalmente el sabor, lo saludable del producto y su precio (21,1%), son los factores decisivos para los consumidores, quienes en su mayoría, prefieren adquirirlo en un supermercado(40,2%), en una tienda de barrio (29,8%) o en el mercado (20%).El mercado ecuatoriano de quesos es bastante complejo; más de 300 marcas compiten para incrementar su participación de mercado; no obstante, de entre ellas, existen exitosas empresas que lideran el mercado, con muchos años de tradición y presencia en el mercado (AGSO, 2014).

1.6. Estudio de mercado internacional

La investigación de mercado consiste en averiguar acerca de las cosas que usted necesita saber, como los derechos de exportación , las regulaciones, los canales de distribución, el tamaño del mercado y el crecimiento, la competencia, la demografía y la producción local para que pueda evaluar las oportunidades de mercado y los costos de la captura de ellos (Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas, 2015).

Dentro de un mercado internacional la globalización ha desarrollado imprescindiblemente para el crecimiento económico y la integración de los países ofertando productos o servicios.

1.7. Pasos para el estudio del mercado internacional

Según el (Instituto Nacional de Comercio Exterior de Mexico, 2015) en la guía para exportar sugiere que:

- El primer paso es recopilar la información básica del mercado que va desde los reglamentos de los tipos de cambio. Este servicio está disponible en una multitud de fuentes libres en línea.
- El siguiente paso es reducir el enfoque de su producto o servicio, y aquí el proceso se vuelve mucho más específico. Usted puede pensar. “pero mi producto o servicio es diferente” y es

aquí donde la investigación es tan valiosa. Esto es cuando usted comienza a presentar su producto y el servicio a los compradores extranjeros y obtener su reacción.

- En esta etapa del proceso de investigación de mercado se debe prestar especial atención a cómo operan sus competidores.

1.8. Marketing mix

Conjunto de elementos claves con las que una empresa o producto lograrán influenciar en la decisión de compra del cliente. Las variables desarrolladas por Bourden fueron 12 en sus orígenes: Planeación del producto, Precio, Marca, Canales de distribución, Personal de Ventas, Publicidad, Promoción, Empaque, Exhibición, Servicio, Distribución, Investigación (Agencia de Publicidad Pixel Creativo, 2014).

Como es de conocimiento público, el mundo del marketing no es estático y como la sociedad en sí, siempre se mantiene en constante evolución, es así que a fines de los 50, Jerome McCarthy, profesor de Marketing en la Michigan State University, condensó estas variables a solamente cuatro: producto, precio, promoción y plaza, las cuales se conocen actualmente como las 4 P del Marketing o Marketing Mix.

1.9. Logística y transporte internacional

La logística aborda el flujo de los materiales, los productos terminados y la información asociada con los mismos, desde el proveedor hasta el cliente, con la calidad requerida, en el lugar y momentos precisos con los mínimos costes. Esta actividad comprende el estudio integrado de funciones básicas de la organización, como la gestión de aprovisionamiento, la gestión de producción y la gestión de distribución (Dorta G. P., 2013).

El transporte juega un papel muy importante dentro de la cadena logística, básicamente en los procesos de aprovisionamiento y distribución; sin embargo, éstos a la vez guardan estrecha relación con los procesos productivos y, por esa razón, no puede aislarse el transporte de la cadena logística.

1.10. Estudio técnico

“Consiste en resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (Baca, 2001).

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración (E-técnico consultores,, 2011).

En pocas palabras, el estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

1.11. Estudio financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. 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. La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable. En este caso, el estudio financiero deberá establecer si la empresa será capaz de sortear los períodos de rentabilidad negativa sin incurrir en cesación de pagos, y estimar en qué momento la rentabilidad será positiva y la relación entre la rentabilidad y el capital invertido o los activos (Anzil,Federico , 2012).

1.12. Evaluación del proyecto

“La evaluación de un proyecto es una herramienta, la cual, al comparar flujos de beneficios y Costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto o no; es decir, si es o no es rentable” (Eco - Finanzas , 2015).

La Evaluación de Proyectos sólo considerará los flujos de beneficios y Costos reales atribuibles al proyecto, expresados en Moneda de un mismo momento. Cabe señalar que, al realizar la evaluación de un proyecto, no deben tomarse en cuenta los flujos pasados ni las inversiones existentes.

Criterios de Evaluación de Proyectos (Privada):

- Valor Actual Neto
- Tasa Interna de Retorno
- Plazo de Recuperación

1.13. 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 que 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 20 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).

1.14. 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

Es la herramienta apropiada para equilibrar los requerimientos vinculados a las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características inherentes al producto o servicio que la empresa desee ofrecer. Con los principales componentes como son: las características de la empresa exportadora, productos de exportación y el mercado meta.

1.15. Marco conceptual

Proyecto. - Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo. (Thopson, 2006).

Queso. - Se entiende por queso el producto fresco o madurado, solido o semisólido, obtenido de la leche total o parcialmente desnatada, de la nata, del suero de mantequilla o de una mezcla de algunos o de todos estos productos, coagulados total o parcialmente por la acción del cuajo u otros coagulantes apropiados.

Mercado.- En términos económicos, se le dice mercado al escenario (físico o Virtual) donde tiene lugar un conjunto regulado de transacciones e intercambios de bienes y servicios entre partes compradoras y partes vendedoras que implica un grado de competencia entre los participantes a partir del mecanismo de oferta y demanda (ABC.Economía, 2007-2016).

Oferta. - Es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. en la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida (Economía.WS, 2007).

Demanda. - La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado (Economía.WS, 2007).

Procesos.- Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico (Definicion.MX., 2015).

Exportación. - Es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usadas o consumidas en otro país. Este tráfico puede generar numerosos y variados fenómenos fiscales

dado que, cualquier producto enviado más allá de las fronteras de un país, está sometido a diversas legislaciones y puede estar sometido a acuerdos específicos que dan lugar a condiciones concretas según el país de destino.

Importación. - La importación consiste en el ingreso legal de mercancías de un país origen al país importador, principalmente para el consumo. dentro de la importación, es necesario comprender que es importar (Cevallos, 2014).

Logística. - Es decir, la logística pone en juego medios y métodos que se consideran básicos y necesarios para llevar a cabo de manera eficiente la actividad de una empresa o de cualquier otra organización, normalmente en lo que respecta a la distribución de aquello que la empresa produce. (DEFINICION.ABC., 2007).

Barreras no arancelarias. - Son un conjunto de exigencias administrativas desarrolladas por los gobiernos de cada país, para limitar las importaciones de mercaderías. (Fonseca, 2004)

Aduana. - Representan la parte que regula y controla cualquier actividad que tenga relación con la entrada y salidas de productos, personas o incluso capitales de un país. Entre sus tareas, se encuentra llevar un control fiscal, de seguridad, de salud y estadística del comercio internacional (Cevallos, 2014).

1.16. Incoterms

Los INCOTERMS (International Chamber of Commerce Trade Terms) comprenden el conjunto de reglas aplicadas a la interpretación de los términos comerciales internacionales, a los que se les da un sentido unívoco y que son comúnmente aceptadas. Su finalidad consiste en establecer un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales más utilizados en las transacciones internacionales (Néstor. Contreras. F., 2012).

➤ FOB (Free On Board)

“Franco a Bordo” significa que el exportador entregará la mercancía a bordo del buque designado por el importador, en el puerto de embarque convenido (en la forma habitual en dicho puerto).

1.17. Idea a defender

1.17.1. General

El proyecto de exportación de queso andino semi-maduro de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño, ubicada en la Parroquia Cebadas cantón Guamote provincia de Chimborazo hacia el mercado de New York - Estados Unidos, permitirá mejorar la economía local.

1.18. Variables

1.18.1. Variable independiente

El proyecto de exportación de queso andino semi-maduro de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño.

1.18.2. Variable dependiente

Permitirá mejorar la economía local.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Modalidad de la investigación

El presente trabajo parte de una investigación cualitativa y cuantitativa ya que inicialmente se describe el problema y posteriormente se mide el resultado de la solución propuesta a este.

2.2. Tipos de investigación

El presente proyecto a considerado los siguientes tipos de investigación, exploratorio, descriptivo y finalmente bibliográfico - documental.

2.2.1. *Estudio exploratorio*

Se utiliza para poner en contacto al investigador con la realidad en cuanto a la comercialización de queso andino semi-maduro por la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño de la Parroquia Cebadas y la demanda de este producto en New York- Estados Unidos, con la finalidad de obtener elementos de juicio para plantear el problema de investigación, los objetivos y la idea a defender.

2.2.2. *Estudio descriptivo*

Con la obtención de datos mediante la encuesta se podrán aplicar técnicas estadísticas para el análisis de la información.

2.2.3. *Bibliográfico-documental*

Servirá para la búsqueda de información escrita necesaria en el sustento del marco teórico y a demás factores o recursos sujetos a investigación.

La utilización de material de apoyo como son información legal, documentos, internet para recopilar información que permitirá profundizar los conocimientos de investigación.

2.3. Población y muestra

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

2.3.1. Unidad de estudio

La unidad de estudio que se va analizar dentro de esta investigación es a la persona involucrada directamente con la asociación de trabajadores autónomos Cebadeñito de la parroquia cebadas, cantón Guamote de igual manera a todas las instituciones que intervienen en el comercio exterior del país como ministerio e entidades gubernamentales que poseen información relacionado con este producto.

2.3.2. Universo

El universo en esta investigación serán todas las personas de la parte administrativa, los jefes de ventas, producción y los representantes de los organismos gubernamentales que poseen relación con las exportaciones como MIPRO, PROECUADOR, SENA E entre otros, y fundamentalmente los proveedores de materia prima que se encuentran en el cantón Guamote de la provincia de Chimborazo, que para su análisis será necesario la aplicación de la muestra.

2.3.3. Tamaño de la muestra

La muestra son los proveedores de leche de la parroquia Cebadas, cantón Guamote y miembros de proceso productivo, administrativos, financieros de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” que se detalla a continuación en un total de 30 personas encuestadas:

Tabla 1-2: Tamaño de la población

DETALLE DE LA POBLACION	N°
DIRECTIVO	
Presidente	1
Vicepresidente	1
Secretaria	1
Tesorero	1
Vocal Principal	1
Vocal Suplente	1
OPERATIVO	

Jefe de producción	1
Ayudante	2
Jefe de planta	1
Ayudante	2
Chofer	1
Comercialización	1
Jefe de ventas	1
Vendedor	3
TOTAL	18

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito”

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 2-2: Proveedores

PROVEEDORES	
Sr. Nicolás Alvear	Sr. Aquiles Maldonado
Sra. Inés Maldonado	Sra. María Paca
Sr. Mariano Tenemasa	Sr. Martina Lema
Sr. Pablo Maldonado	Hacienda “San Antonia “
Asociación de Agua de Riego	Sr. Dorotea Delgado
Sr. Lorenzo Quispe	Hacienda “Monte del Blanco “

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito”

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

2.4. Métodos, técnicas e instrumentos

Los métodos, técnicas e instrumentos que se utilizarán en la presenta investigación son los siguientes:

2.4.1. Método inductivo

Mediante la utilización de este método de investigación ayudará desde lo mínimo a un amplio análisis de la exportación de queso andino semi-maduro de tal forma que el proyecto obtenga una información selecta para el crecimiento de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito de la Parroquia Cebadas.

2.4.2. Método deductivo

Este método de investigación ayuda a una amplia recolección de información como datos numéricos se seleccionará la información que sea factible para beneficios del proyecto. Además, se utilizará el método de análisis y sintético para establecer los criterios para llevar a cabo el proyecto de exportación de queso andino semi-maduro.

2.5. Técnica

- **Encuesta.** Una encuesta permite al investigador buscar, recaudar datos de información, por medio de un cuestionario prediseñado.
- **Instrumento.** Es el mecanismo que utiliza el investigador para recolectar y registrar la información, en la investigación se ha empleado los siguientes instrumentos:

Cuestionario Formulario que está destinado a obtener respuestas sobre el problema de estudio y que es aplicado al investigado.

2.6. Resultados

Para respaldar el trabajo de titulación se ha realizado encuestas a los proveedores de leche de la parroquia cebadas del cantón Guamote y a los miembros de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” tiene como base 8 preguntas esenciales las mismas servirán de guía para la verificación, como resultado que se podrá exportar favorablemente nuestro producto en este caso el queso Andino Semi –Maduro para de esta manera aprovechar las ventajas que tiene del producto cubriendo las necesidades del mercado objetivo que es New York -Estados Unidos las preguntas realizadas se enfocaron principalmente hacia la producción de leche la cual será fundamental para la elaboración y producción el queso Andino Semi- Maduro.

2.6.1. Interpretación de las encuestas

Tabla 3-2: Interpretación de las Encuestas

PREGUNTAS	INTERPRETACION
¿Conoce usted a la " Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito"?	Con los resultados obtenidos de la encuesta se puede determinar que la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” si en conocida internamente y las funciones a la que se dedica, con lo que puede dar cumplimiento que la marca es reconocida en el mercado interno.
¿De la siguiente lista seleccione que clase de queso se elabora en mayor cantidad?	Las cifras respaldan que la mayor producción en del mercado es del queso fresco y queso Andino Semi- Maduro, es muy accesible para el mercado debido a la tendencia de consumo dentro y fuera del país con mejores características que otros tipos de quesos.

¿Cómo califica el Queso Andino Semi-Maduro que comercializa la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” ?	Se puede analizar que el producto que elabora Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” es muy bueno y sus características lo hacen importante pero igual hay porcentajes los cuales no están satisfechos con los productos por que la empresa debe seguir mejorando y alcanzar un nivel óptimo.
¿Usted desea aportar con la exportación de Queso Andino Semi-Maduro la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito”?	Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” tiene como objetivo a futuro la expansión a mercados internacionales y se preparan en un gran crecimiento en la demanda nacional.
¿Cuántos litros de leche se provee para la elaboración diaria de queso Andino Semi- maduro?	Se puede definir que hay cantidad de leche necesaria para la producción y elaboración de queso Andino Semi-maduro.
¿Piensa Ud. que la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” “tiene la capacidad para mantener comercialización con mercados extranjeros?	La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” tiene una buena capacidad de elaboración y producción la cual de denomina como un punto estratégico para poder exportar.
¿Qué país usted considera mayor potencial para exportar?	Estados Unidos es el país más escogido para la exportación de nuestros productos porque se considera con una economía fuerte y competente se maneja una moneda fuerte como es del dólar la cual los ecuatorianos hemos adaptado como nuestra.

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito”

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

2.7. Resultados de las encuestas

Según los resultados de las encuestas realizadas a los miembros y proveedores de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” se ha obtenido información necesaria que es fundamental para el estudio de nuestra investigación.

2.8. Verificación de la idea a defender

Con la información recolectada para nuestra investigación se ha encontrado puntos principales como son el precio , oferta , calidad y capacidad del producto que la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” cuenta , esta información ayuda a dar viabilidad y respuesta a nuestra idea planteada que tiene aporte para elaborar el proyecto de exportación de queso Andino Semi –Maduro , permitiendo que la empresa pueda comercializar sus productos a la ciudad de New York , Estados Unidos , se considera las encuestas realizadas a los proveedores

de leche de la parroquia cebadas del cantón Guamote y a los miembros de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito ”están interesados en brindar a sus consumidores productos de calidad para exportar de manera sostenible y sustentable .

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Título

“PROYECTO PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESO ANDINO SEMI-MADURO DE LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRÍCOLAS AUTÓNOMOS CEBADENITO, UBICADA EN LA PARROQUIA CEBADAS CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO HACÍA EL MERCADO DE NEW YORK – ESTADOS UNIDOS, PERIODO 2016”

3.2. Identificación del proyecto

3.2.1. Generalidades de la empresa

3.2.1.1. Reseña histórica

Asociación de trabajadores Agrícolas Autónomos de Cebadas fue creada mediante Acuerdo Ministerial en el año 1982 aprobado luego por el Ministerio de Bienestar Social. La misma constituye una empresa de productos lácteos denominada “El Cebadeñito”. Esta Asociación comenzó con 30 personas las cuales se constituyeron en socios fundadores, actualmente cuentan con 15 socios activos, los que contribuyen de una u otra forma para que esta asociación continúe en crecimiento. La planta de fabricación tiene una capacidad instalada de 5000 litros de leche/día. Logrando incentivar a la población y comunidades se dediquen a la producción de leche, resultado de ello actualmente la Parroquia de Cebadas produce diariamente 14.000 litros de leche diarios.

La Quesería Rural El Cebadeñito en la actualidad compra en un promedio de 1600 litros de leche/día. Esta producción proviene de 150 pequeños productores campesinos - indígenas de varias comunidades, familias que tienen como principales ingresos por la venta de leche al Cebadeñito. La Empresa el Cebadeñito ofrece una gama de productos lácteos que ofertan en los mercados locales y regionales; a través de sus puntos de ventas como son queso fresco, mozzarella, andino, dombo, tilsist en sus diferentes presentaciones. El propósito de la organización es la adquisición de equipos modernos que ayuden a mejorar los procesos de producción, innovación de nuevos 5 productos y subproductos lácteos para aprovechar la capacidad instalada, producción de leche en la zona, experiencia en tecnología de transformación, posicionamiento en el mercado, distribución y comercialización de productos de calidad

consideradas potenciales para lograr construir una empresa competitiva que apoye a mejorar las condiciones de vida del sector indígena campesino de la Parroquia de Cebadas.

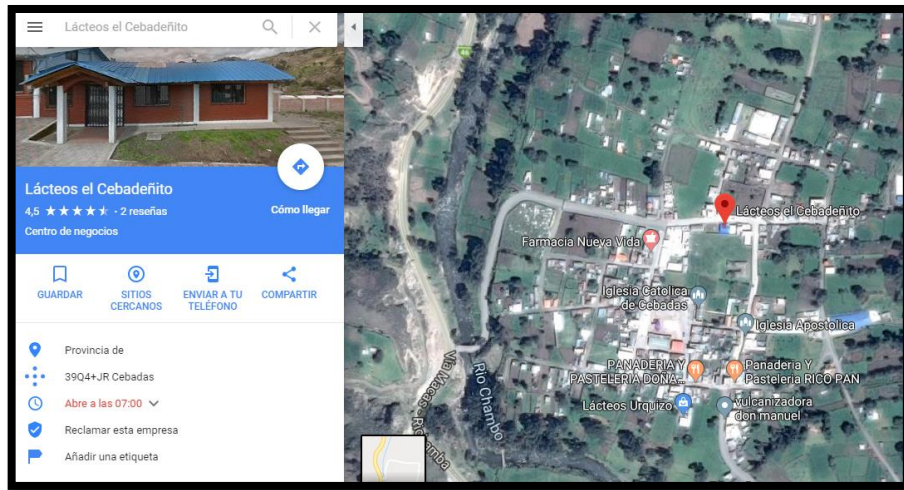


Figura 1-3. Ubicación de la empresa

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Fuente: Google Maps

En la Imagen N° 1 se puede apreciar la ubicación de la empresa en la provincia de Chimborazo en del cantón Guamote en la parroquia Cebadas la cual es una región productiva muy apta para la producción de leche la misma que es la materia prima para la elaboración de quesos.

3.2.1.2. Misión y visión

➤ Misión

Somos una empresa procesadora y comercializadora de lácteos y yogurt de excelente calidad, que contribuirán al crecimiento y nutrición para la salud de las familias, a través de esta actividad busca un entorno promoviendo el desarrollo de todos los productores lecheros, clientes y trabajadores, al igual que el bienestar de la comunidad en la cual se está integrando.

➤ Visión

Ser empresa líder e innovadora en productos alimenticios con valor agregado para el mercado nacional e internacional, generando una cultura de servicio y calidad.

3.2.1.3. Valores

- **Honestidad: Lácteos** Cebadeñito llevará a cabo sus negocios con honestidad e integridad de conformidad a las buenas prácticas empresariales.
- **Compromiso: Con** nuestros clientes, brindándoles productos de calidad; con la sociedad, brindando estabilidad a las familias de nuestros colaboradores, y con el medio ambiente, cumpliendo las normas establecidas para su cuidado.
- **Trabajo en equipo:** Valoramos y fomentamos el aporte de las personas para el logro de los objetivos comunes.
- **Excelencia: En** todo momento nos planteamos desafíos para mejorar nuestros productos y procesos; esforzándonos por apoyar a nuestros clientes a cumplir sus metas. Promovemos la diversidad, el trato justo, el respeto y la confianza.

3.2.1.4. Principales clientes

Los clientes son quienes han sido el eje importante para el crecimiento de la empresa tanto los minoristas como los mayoristas:

- Supermercados
- Centros comerciales de la ciudad de Riobamba
- Minoristas de los alrededores
- Restaurantes de Comida
- Mayoristas de las provincias de Pichincha, Chimborazo y Guayas

3.2.2. Logotipo

La asociación de trabajadores autónomos “**Cebadeñito**” se identifica con el siguiente logotipo:



Figura 2-3. Logotipo de la Asociación de Trabajadores Autónomos Cebadeño

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos "Cebadeño"

En el gráfico N° 4 podemos apreciar un logotipo atractivo que llama la atención de las personas, así como la combinación de sus colores del tomate, rojo y blanco, puesto que se ve plasmado en todos los productos de la empresa, así como en sus etiquetas, la palabra CEBADENO está escrita con palabras mayúsculas.

3.2.3. Tecnología

La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño con 35 años de tradición elabora productos lácteos con tecnología suiza impartida por el tecnólogo Suizo Joseph Dubach. Fortaleciendo a los pequeños productores de leche de la Parroquia Cebadas.

3.2.4. Productos y servicios

La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño fabrican siete variedades de quesos tradicionales y gourmet que tienen acogida en Chimborazo, Pichincha y Morona Santiago. La empresa produce en promedio 4.500 quesos diarios y anualmente produce 216.000,00 que cada mes que se distribuyen a 32 mini mercados, locales de productos artesanales y tiendas de las tres provincias. Además, tiene puntos de venta en Quito y Riobamba.

El queso mozzarella y el queso fresco andino, son los productos estrella y los que tienen mayor demanda, debido a su textura cremosa y sabor equilibrado. Ambas variedades son elaboradas para

el uso en la cocina doméstica y la gastronomía gourmet. El menú de productos incluye también otras variedades de quesos frescos y madurados como gouda, tilset y dambo, estos se elaboran especialmente para degustar con vinos, frutas y embutidos.

Tabla 1-3: Oferta de los tipos de quesos que produce la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomas Cebadeño

N°	Tipos de quesos	Producción Diaria	Producción Mensual	Producción Anual
1	Queso fresco	960,00	3.840,00	46.080,00
2	Queso mozzarella	930,00	3.720,00	44.640,00
3	Queso fresco Andino	580,00	2.320,00	27.840,00
4	Queso semi-maduro Andino	750,00	3.000,00	36.000,00
5	Queso maduro Tilset y Tambo	660,00	2.640,00	31.680,00
6	Queso fresco con orégano	400,00	1.600,00	19.200,00
7	Queso fresco con ají	220,00	880,00	10.560,00
TOTAL		4.500,00	18.000,00	216.000,00

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeño”

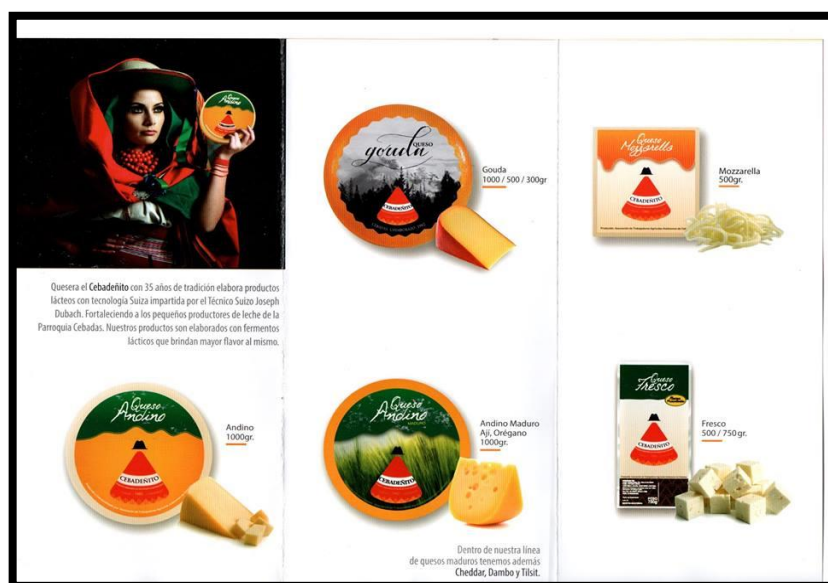


Figura 3-3. Presentación de los tipos Quesos Cebadeño

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeño”

3.3. Estructura organizacional

La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito, es una empresa que cuenta con una estructura horizontal en la cual el compromiso y la comunicación entre departamentos es la parte fundamental para la consecución de objetivos.

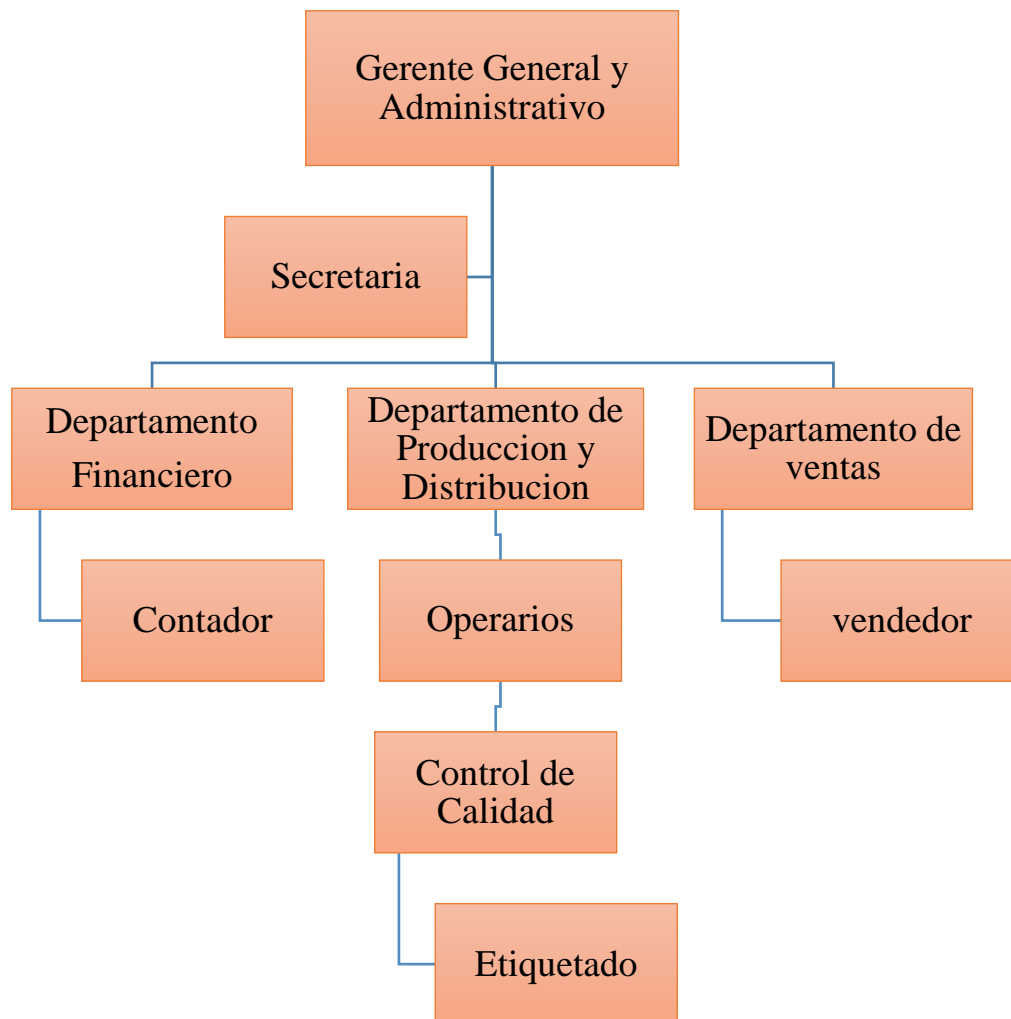


Gráfico 1-3. Estructura Organizacional de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito”

3.4. Estudio de mercado

3.4.1. Identificación del producto

El queso andino semi- maduro, tiene una textura blanda y mantecosa, de color blanco amarillento consistente y fácil de cortar, sin ojos de corteza delgada, firme pero elástica y de sabor suave y olor agradable con un tiempo de maduración de entre cuatro y seis meses se elabora con leche

entera pasteurizada, acidificado por cultivos de bacterias lácticas, apto para consumirlos en tablita acompañado con fruta fresca, pan y vino.

3.4.1.1. Composición nutricional

Queso andino semi -maduro, el extracto seco total debe ser entre 40% y 50% el contenido de grasa total entre 21 y 23 %. Este alimento es proteico: aporta entre 13 y 18 % de proteínas, los hidratos de carbono suponen solo entre el 4 y 7% del alimento, la lactosa de los quesos semiduros no debe superar el 6%, el poder energético de estos quesos oscila muy poco, ya que varía entre 265 y 282 calorías por cada 100 gramos de producto, su contenido en sodio es entre 1 y 2 %, aporta bastantes vitaminas A, D y E, así como cantidades de B1, B2, B6 y B12.

Tabla 2-3: Valor nutricional de 100 Gramos

NUTRIENTES	CANTIDAD
Energía	391
Proteínas	29
Grasa Total	30.40
Colesterol	87.80
Glúcidos	0.50
Fibra	0
Calcio	765
Hierro	0,64
Yodo	34.10
Vitamina A (mg)	360
Vitamina C (mg)	0,28
vitamina D (mg)	0.62
Vitamina E(mg)	30.40
Vitamina B12 (pg.)	1.50
Folato (pg.)	21.30

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Fuente: Zonadiet

3.4.1.2. Beneficios del queso semi- maduro

Prácticamente todos los beneficios del queso para la salud son posibles gracias a su rico contenido en calcio:

- Es bueno para tus defensas, pues fortalece el sistema inmunológico.
- Es excelente para combatir la osteoporosis y cualquier otro tipo de dolencias relacionadas a la salud de los huesos.

- Fortalece nuestros dientes, reduce la placa bacteriana, dinamiza la producción de saliva y mantiene nuestra boca naturalmente limpia.
- Nos provee de vitamina B, importante para mantener la piel saludable y atractiva.
- Ayuda a aliviar los síntomas del síndrome premenstrual.
- Ayuda a las embarazadas a producir leche materna.
- Para las personas que necesitan aumentar de peso como, por ejemplo, los deportistas.

3.4.1.3. Proceso productivo de la elaboración del queso andino semi-maduro

Los procedimientos para la fabricación del queso han variado, de acuerdo a los nuevos tipos de quesos que han surgido, pero los principios básicos de la quesería son los mismos que hace 2000 años dando mínimos cambios. Para la elaboración del Queso Andino Semi- maduro necesitaremos la siguiente materia prima.

Materia Prima:

- Leche.
- Cultivo Láctico.
- Cuajo.
- Sal

3.4.2. Descripción del proceso

Las elaboraciones de Queso Andino Semi-maduro no son muy distintos a los del queso fresco solo cambia en la fermentación, cambian en los tiempos y el tamaño del corte, el tiempo de prensado y de salado. Los quesos Andino Semi-maduro se conservan después del salado en la cámara de maduración.

- Enfriamiento de la leche después de la pasteurización

El enfriar la leche a las temperaturas que favorecen el desarrollo de las bacterias del fermento 32-37 °C y la temperatura de coagulación es de 36-37 °C.

- Adición del calcio y Inoculación del fermento

La leche se haya enfriado a 41°C y del cloruro de calcio en pequeñas proporciones de agua fría y la cantidad es de 15 de casi por 100 litros de leche. Primero se hace hervir 1 litro de leche que dura 10 minutos, luego esta leche es depositada en un envase de cristal con tapa de 1000ml.

posteriormente se espera que la leche baje a una temperatura de 25-30 C° para agregar del fermento liofilizado en la cantidad anterior mencionada.

➤ Reposo pre- maduración

Esperar un tiempo para permitir a las bacterias de acostumbrarse al nuevo medio , fase de adaptacion durante 15 minutos.

➤ Corte de la cuajada

Se debe realizar un control visual de la superficie de la cuajada que debe ser lisa y brillante, se introduce un cuchillo estéril limpio y la superficie de corte es limpia y hay presencia de suero se procede con el corte utilizando la lira con hilos de acero y del tamaño del gramo depende la liberación del suero, la humedad que consiste del queso.

➤ Batido

Después del corte y del breve reposo, sigue del batido a una velocidad creciente y por un tiempo que caracteriza cada tipo de queso en este caso del batido se realiza con un instrumento llamado pala, que es fabricado exclusivamente para las queseras este proceso dura exactamente 20 minutos en las cuales el obrero dando vuelta a la cuajada ya lirada.

➤ Lavada de la cuajada

La lavada es siempre necesaria y va a influir sobre la textura del queso que se pone más suave. se realiza para controlar la acidez que influye mucho en el sabor y en la textura se saca parte del suero que contiene lactosa que los microbios lácteos siguen metabolizando a ácido láctico y se pone agua limpia dependiendo la cantidad de acidez.

➤ Moldeado y prensado

Extracción de la cuajada con el suero y moldeo en moldes limpios, con formas distintas y del queso puede ser prensado para un tiempo adecuado para expulsar del suero.

➤ **Salmuere**

El queso viene inmenso en una solución de agua y sal 20-22 Be para un tiempo relacionado con el tipo y tamaño del queso, la sal ingresada por osmosis, permite conseguir e justo sabor al queso y el control de bacterias.

➤ **Conservación de los productos**

Control visual de la limpieza de las estanterías volteo de los quesos y cambios de tablas que estén secas, tratamiento con aceite de linaza cuando la corteza esta seca en condición normales y adecuadas en la cama de maduración se espera unos 30 días desde la fecha de producción, mejor sacar mohos y levadura con un cuchillo seco.

3.4.3. Partida arancelaria sugerida

La partida arancelaria sugerida para este proyecto es el 04.06.90.90.00 que corresponde a quesos de cualquier tipo, rallado, madurado, semi-maduro o en polvo de acuerdo a la clasificación de sistema armonizado de arancel clasificado establecido por las autoridades competentes del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE).

Tabla 3-3: Partida Arancelaria 04.06.90.90.00

Sección I : ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL
04: Capítulo Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural ;productos comestibles de origen animal , no expresados ni comprendidos en otra parte
Partida 0406: Quesos y requesón
Sub Partida. 0406.20.00. Queso de cualquier tipo, rallado o en polvo
Fracción. 0406.20.01: Queso de cualquier tipo, rallado o en polvo

Fuente: SENAE

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.4.4. Producción y consumo de queso en el mundo

El queso es uno de los principales productos agrícolas del mundo. Según la FAO, Organización para la Alimentación y la Agricultura de las Naciones Unidas, se producen anualmente en el mundo más de 18 millones de toneladas. Para que nos hagamos una idea de la magnitud y la importancia de este alimento su cantidad de producción es superior por ejemplo a la producción anual de granos de café, hojas de té, granos de cacao y tabaco juntos. Siendo Estados Unidos el

mayor producto, con un 30 por ciento de la producción mundial, seguido de Alemania y Francia con un 13% y un 12% respectivamente (Quesos.es, 2018).

➤ Exportaciones / importaciones

En lo referente a las exportaciones, la cosa cambia ya que el país que más vende monetariamente es Francia (a pesar de ello, solamente exporta un 30% de la producción), seguido de Alemania, que es el mayor en cuanto a cantidad. De los diez mayores países exportadores, sólo Irlanda, Nueva Zelanda, Países Bajos y Australia tienen un mercado mayoritariamente oriental, con un 95, 90, 72 y 65 por ciento de sus producciones exportadas, respectivamente. Indicar que los Estados Unidos, a pesar de ser el mayor productor, su exportación es prácticamente inapreciable, ya que la mayor parte de su producción es para su propio mercado. En lo referente a las importaciones, los países que más queso importan son Alemania, Reino Unido e Italia, por este orden.

➤ Consumo por persona

En este apartado, Grecia ocupa el primer puesto del ranking mundial, con 27,3 kg de media consumidos por habitante (siendo el queso feta el que ocupa tres cuartos del consumo total). En los Estados Unidos el consumo se está incrementando rápidamente, habiéndose triplicado prácticamente entre 1970 y 2003. El consumo por habitante alcanzó en 2003 los 14,1 kg, siendo la mozzarella (ingrediente básico de la pizza) el queso favorito de los estadounidenses, con un tercio del total consumido.

Tabla 4-3: Principales productores y consumidores

Productores mundiales (miles de toneladas)		Países Exportadores (valor en dolares USD)		Mayores consumidores (kg por habitante)	
Estados Unidos	4.327	Francia	2.715.142	Grecia	37,4
Alemania	1.929	Alemania	2.424.575	Francia	23,6
Francia	1.827	Países Bajos	2.099.737	Malta	22,5
Italia	1.102	Italia	1.384.755	Alemania	20,6
Países Bajos	672	Dinamarca	1.123.706	Austria	18,0
Polonia	535	Australia	643.575	Chipre	16,6
Brasil	470	Nueva Zelanda	631.963	Estados Unidos	14,9
Egipto	450	Belgica	568.794	Argentina	11,1
Argentina	398 ¹¹	Irlanda	445.492	Australia	10,4
Australia	374	Reino Unido	374.957	Reino Unido	10,1

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Fuente: El Bedri Quesos

3.5. Análisis del Ecuador y su participación internacional

Ecuador produce alrededor de 5'300.000 litros que abastecen al consumo nacional mientras 2'000.000 litros son exportados a países como Venezuela y Colombia a pesar de la vasta producción en el país el consumo de leche por persona es de 85 litros anuales, mientras que a nivel internacional 180 litros anuales por persona y la mayor producción quesera más fuerte se encuentra en las provincias como Pichincha, Bolívar, Cotopaxi, Chimborazo, Imbabura, Azuay, Cañar y Carchi.

Además de las pequeñas productoras, en Ecuador existe grandes marcas que utilizan tecnología europea, Alemana, Suiza y América que les ayuda a producir en mayor cantidad y así poder distribuir en todo el país. En el país existen 31 empresas dedicadas a la producción de lácteos, según el último censo económico del 2010. En Floralp, esta es su principal línea de negocio y abarca un 80% de su producción, la mayoría de queso tipo maduro y semiduro. Ocho de cada 10 ecuatorianos dicen que compran queso fresco, le sigue en preferencia la mozzarella, queso crema, maduro, semi maduro de cabra (Orozco, 2015).

3.6. Exportaciones de Ecuador del año 2012 al 2015

Para ello se tomará en cuenta los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador para poder determinar la evolución de las exportaciones, el Ecuador registra un ingreso no tan relevante en la partida arancelaria 0406909000, Sección I: ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL. se puede determinar que las exportaciones no son constantes y varían mucho en el trayecto de los años.

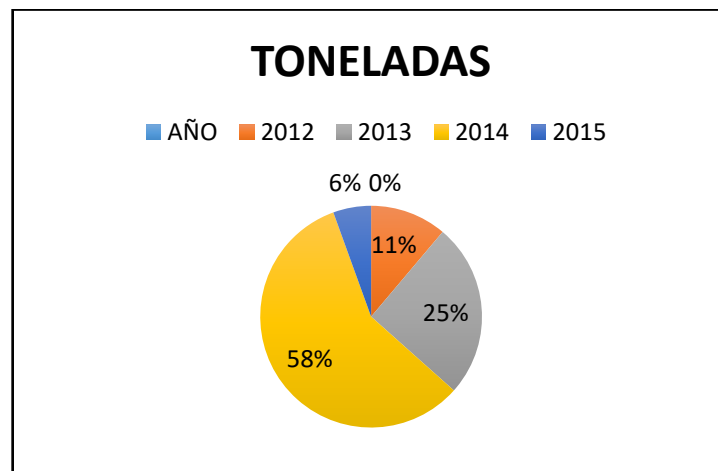


Gráfico 2-3. Exportación en toneladas

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Fuente: Banco Central del Ecuador

En el Gráfico N°1 se puede determinar que las exportaciones no son constantes y varían mucho en el trayecto de los últimos años en lo que se refiere a las exportaciones en donde se le incluye en la SECCIÓN I, a la exportación de queso.

3.7. Mercado objetivo

La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” ha determinado su mercado objetivo para la exportación de Queso Andino Semi-Maduro hacia Estados Unidos específicamente a la ciudad de New York, la misma que comprende los sectores Norte, Centro y Sur.

3.8. Análisis del país de destino

Los Estados Unidos es el tercer país más grande del mundo en cuanto a su población y el cuarto más grande en superficie, está compuesto por 50 estados cuya capital es Washington. A pesar de sus dimensiones funciona como un país unitario ya que tiene una economía perfectamente integrada debido a que es la primera potencia económica del mundo por volumen del PIB y uno de los más avanzados en los campos de la economía, la ciencia, la tecnología de información, la medicina, la política.

3.8.1. Economía

El Producto Interno Bruto de Estados Unidos bordea los 18.62 % miles de millones de dólares, con PIB per cápita de USD 53.588,54 dólares, los principales sectores económicos son:

Tabla 5-3: Producción por sectores económicos de Estados Unidos

Producción agrícola	El 0,9% del PIB en rubros como: granos, verduras, cítricos, carne de res, aves de corral, productos lácteos y pescado.
Industrias y servicios	Correspondiente al 19.1% en industrias y el 80% en servicios de PIB con los siguientes rubros: textiles, prendas de vestir, alimentos y bebidas, metales y manufacturas de metal, productos químicos, construcción naval, automóviles, herramientas y maquinarias, turismo y productos de turismo, arcilla y refractarios, transportes, educación, tecnologías, financiamiento, productos farmacéuticos, equipos médicos.

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Fuente: PRO ECUADOR, Perfil de Reino de Estados Unidos 2016

En el siguiente grafico se puede observar la producción por sectores económicos de Estados Unidos la mismo que muestra la realidad del país en el periodo del 2016.

3.8.2. Población

La población de Estados Unidos es de 324,118,787 habitantes, es el país número 4 por número de Habitantes en comparación al resto del mundo.

3.8.3. Moneda

La moneda oficial de Estados Unidos es el dólar estadounidense. El sistema monetario responde al sistema decimal, siendo su unidad básica el dólar. Un dólar se divide en 100 centavos y los billetes disponibles son de \$1, \$5, \$10, \$20, \$50 y \$100. Las monedas son de 1, 5, 10 o 25 centavos, siendo denominadas como “penny”, “nickel”, “dime” y “quarter” respectivamente.

3.8.4. Idioma

Estados Unidos no tiene un idioma oficial pero la lengua mayoritaria es el inglés, seguido del español, no obstante, y gracias al carácter netamente inmigrante de la población, se hablan la mayoría de los idiomas del mundo, pero el hecho de que sea el inglés la lengua mayoritaria hace que las leyes, decisiones del gobierno y la justicia se redacte en inglés.

3.9. Perfil de mercado de New York

New York es la ciudad más poblada con 8.615.000 habitantes en la ciudad y 21.800.000 en la zona metropolitana, en del Estado de Nueva York, de los Estados Unidos de América y la segunda aglomeración urbana del continente. Es el centro del área metropolitana de Nueva York, la cual está entre las aglomeraciones urbanas más grandes del mundo. Desde finales del siglo XIX es uno de los principales centros mundiales de comercio y finanzas.

Nueva York está considerada como una ciudad global dadas sus influencias a nivel mundial en los medios de comunicación, política, educación, entretenimiento y moda. La influencia artística y cultural de la ciudad es de las más fuertes del país. Además, en ella se encuentra la sede central de la Organización de las Naciones Unidas, lo que la convierte en un importante punto de las relaciones internacionales.

La ciudad se compone de cinco boroughs cada uno de los cuales coincide con un condado: Bronx, Brooklyn, Manhattan, Queens y Staten Island. Con más de 8,4 millones de neoyorquinos en un área urbana de 830 kilómetros cuadrados (320 mi²), Nueva York es la segunda ciudad más densa de los Estados Unidos, detrás de Unión City, Nueva Jersey, localizada cruzando el río Hudson (Historias de New York, 2014).

3.10. Actividad economía

La ciudad de Nueva York es fundamentalmente dedicada a la área de servicios, actualmente la población ocupada en el sector de servicio es el 83% del total, con gran peso en las actividades de demanda final, del comercio minorista y mayorista, de los servicios especializados en turismo y actividades profesionales, sin embargo la ciudad mantiene una base industrial importante con un porcentaje de población ocupada de 14%, formado por pequeñas y mediana empresas entre las que destacan los sectores de papel, artes gráficas, de madera y mueble, productos metálicos, calzado y confección, en los últimos años se ha acentuado la concentración de las grandes capitales de inversión in diferentes sectores de la producción.

Tabla 6-3: Población ocupada por sector económico

SECTOR ECONÓMICO	PORCENTAJE
Agricultura	0.8%
Industria	11.9%
Construcción	3.8%
Servicio	83.5%
Total	100%

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Fuente: PRO ECUADOR, Perfil de Reino de Estados Unidos 2016

3.11. Segmentación de mercado

3.11.1. Geográfico

El mercado objetivo será la ciudad New York, con una poblada de 8.615.000 habitantes la misma que comprende los sectores Norte, Centro, Sur.



Figura 4-3. Mapa de New York

Fuente: Centro de Comercio Internacional CCI.TradeMap

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.11.2. Demográfico

Este producto estará dirigido a la población de la ciudad de New York por su recomendación nutricional principalmente a niños mayores de 3 años a 70 años de edad ya que es el promedio de vida de un americano , el Queso Andino Semi- Maduro es una excelente fuente de calcio, vitaminas y minerales imprescindible para la salud , y protección de huesos y dientes favoreciendo a la absorción de su proteína a sus consumidores que se encuentran en este rango de edad de acuerdo con la investigación realizada representan el mayor porcentaje de la población.

3.11.3. Socioeconómico

Tabla 7-3: Segmentación de mercado

EDAD	De 3 a 70 años
SEXO	Masculino, femenino
RELIGIÓN	Católicos, protestantes en su mayoría
RAZA	Todas
MOTIVOS DE COMPRA	Gusto, Hábitos de alimentación
NIVEL SOCIOECONÓMICO	Bajo, medio, alto
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Escuela, Colegio, Universidad
TIPO DE POBLACIÓN	Población urbana, Población rural.

Fuente: Centro de Comercio Internacional CCI.TradeMap

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.12. Presentación del producto en el mercado

En el mercado del queso Andino semi-maduro que se puede ofertar al consumidor de diferentes países en diversas formas de presentación que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 8-3: Formas de presentación del producto

FORMAS	CARACTERÍSTICAS
Semi-maduro	La pasta amarilla y cremosa cuya corteza tiene ciertas consistencias y tiene una variedad de quesos
Maduro	Largo periodo de maduración, sufre un proceso de prensado intenso.

Fuente: Observación Directa

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Para el estudio de este proyecto el producto se presenta del queso semi -maduro embalado y etiquetado con un peso promedio de 1000gr. que equivale a 1 kg destinado para la comercialización y el consumo.

3.13. Productos sustitutos y complementarios

El sustituto más popular del queso Andino semi-maduro, son todos los otros tipos, como el queso mozzarella, el queso fresco, el holandés, entre otros, o el tofu, que es un derivado de soya que cuenta con un sabor suave y cremoso que puede combinarse con casi todos los alimentos y puede añadirse cortado en dados. También decir que el queso de soya es un producto sustituto del queso andino semi-maduro, su firme consistencia permite un sabor excelente. Hoy se consigue en tiendas naturistas y supermercados, empacado al alto vacío o en Tetra – Pack. En el mercado existen varios productos complementarios del queso andino semi-maduro, ya que este depende del acompañamiento de otros productos como la miel, patés, mermeladas, membrillo, pan y entre otros. Ya que, como la definición de los productos complementarios nos dice que, un producto complementario es un producto que no es competitivo a uno en particular y que está ligado con el principal. El siguiente cuadro refleja los 10 productos más consumidos por los pobladores de New York tanto de tipos quesos para el proyecto es considerado como productos sustitutos en el mercado objetivo.

Tabla 9-3: Tipo de Quesos que más consume New York -Estados Unidos

Método de elaboración	Proceso de curación y prensado
1. Queso fresco	1. Quesos blandos
2. Quesos de pasta veteada	2. Quesos semi-maduros
3. Queso de pasta prensada	3. Quesos duros
4. Quesos de pasta blanda	4. Quesos frescos sin madurar
5. Queso de corteza lavada	5. Quesos curados

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.14. Comercio exterior

3.14.1. Importaciones de quesos en New York -Estados Unidos

El código arancelario correspondiente a “quesos y requesón” es el 0406 las importaciones de EE.UU en valor y en volumen aparecen resumidas en la siguiente tabla.

Tabla 10-3: Importaciones de quesos a New York

Importaciones	2012	2013	2014	2015	2016
Valor Miles US\$	1,048,245	1003,147	1,117,643	1.137,654	1,191,319
Volumen TM	162,622	138,326	70,945	154,013	99,964

Fuente: Trade Map.

Las importaciones de queso en New York. han mantenido tasas positivas en el periodo analizado, con la excepción de los 2012 y 2016 cuando la crisis economía provoco una caída general del consumo y particularmente de las importaciones. Sin embargo, es importante destacar que las importaciones de New York, han experimentado un crecimiento entre el 2012- 2016.

3.15. Competencia internacional

El siguiente cuadro muestra las importaciones de todos los orígenes durante el período 2012-2016. Cabe señalar que las cifras que figuran en el cuadro son de importación para el mercado nacional y internacional.

Tabla 11-3: Quesos Maduro y Semi -maduro

Quesos Maduro y Semi -Maduro (0406.90.16 y 0406.90.18) Importaciones						
Principales Países de Origen	Cantidad Kg	Monto US\$	Cantidad Kg	Monto US\$	Cantidad Kg	Monto US\$
Holanda	5.512.270	37.382.828	4.164.414	25.709.239	4.431.985	27.469.516
Rep. Dominicana	61.666	377.924	119.265	513.212	160.022	572.304
Ecuador	7.472	41.466	904	0	0	0
Subtotal 0406.90.16	5.864.882	38.956.623	4.460.460	26.776.201	4.610.321	27.664.901
Total	5.972.817	39.855.597	5.098.888	29.811.354	4.900.253	29.720.648
Holanda	5.512.270	37.382.828	4.164.414	25.709.239	4.431.985	27.469.516
Total	5.972.817	39.855.597	5.098.888	29.811.354	4.900.253	29.720.648

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (United States International Trade Commission - USITC)

El monto total de las importaciones CIF de quesos Maduros y Semi – maduros bajo las clasificaciones cubiertas por este documento descendieron entre 2012 y 2016 en un 25,43%, pasando de US\$39,9 millones a US\$ 29,7 millones.

En el año 2016 se redujo la cifra importada un 0.23% adicional respecto a los montos de 2012. A nivel de volumen la contracción entre dichos años representó un 17,96%, representando también una disminución del precio promedio de las importaciones de 6,67 US\$/Kg en 2012 a 6,07 US\$/Kg en 2016. Sin embargo, el precio promedio inferior durante el trienio analizado fue en 2015, ubicándose en 5,85 US\$/Kg.

Los diversos proveedores tuvieron comportamientos diferentes entre 2012 y 2016, que se analizan a continuación.

Holanda

- El 94,03% del total en valor importado de quesos Maduro y Semi- maduro en 2016 fue originario de Holanda
- El 94.81% de los quesos holandeses ingresó en el año 2016 bajo la clasificación 0406.90.16. El restante 5,19% se importó bajo el 040690.18.

República Dominicana

- Los quesos Maduro y Semi- maduro dominicanos cuentan con los beneficios del TLC entre EEUU y Centroamérica-Rep. Dominicana.
- Rep. Dominicana es el único país latinoamericano que presenta una tendencia sostenida de crecimiento en la venta de quesos Maduro y Semi- maduro a los EEUU, posicionándose como el segundo proveedor de los EEUU en 2016

Argentina

- Las ventas argentinas de queso Maduro y Semi- maduro cubiertas por este estudio tuvieron un crecimiento durante el año 2013, en el momento que las importaciones totales del producto se contrajeron, pasando de 46,8TN en 2008 a 71,9 Toneladas Métricas en 2015.
- El precio promedio se ubicó en 6,37 US\$/Kg para el año 2016

Ecuador

- Ecuador cuenta con la cuota regular de 25.402 Kg para quesos Maduro y Semi- maduro que entre otras incluye la clasificación 0406.90.16
- Ecuador ha tenido una participación descendente, pasando de 48 Toneladas Métricas en 2012 a 21 Toneladas Métricas en 2015. No se registran importaciones originarias de Ecuador en el año 2016.

3.16. Consumo de quesos en New York - Estados Unidos

El consumo de queso en los New York se encuentra en crecimiento, sosteniendo una tendencia que se prolonga por varias décadas. Se presentan cifras y tendencias relativas al consumo de lácteos, quesos y en particular de quesos naturales cuando se encuentran disponibles. El gráfico que se presenta ilustra dicha tendencia. Las cifras para el año 2015 utilizadas en este cuadro son preliminares. El consumo per cápita de quesos naturales se ubicó en el 2015 en 14,46 Kg (31,87 libras). Dentro de los quesos naturales, los de mayor consumo son los quesos de las variedades como mosarezza, maduro, semi. -maduro, queso crema, fresco, holandés, y los quesos tipo italianos, siendo los volúmenes de consumo per cápita similares en el año 2015: 6,06 Kg los quesos tipo maduro y 6,33 Kg los quesos tipo italiano. La menor participación correspondió a los demás quesos naturales, con 2,27Kg per cápita en el 2015.

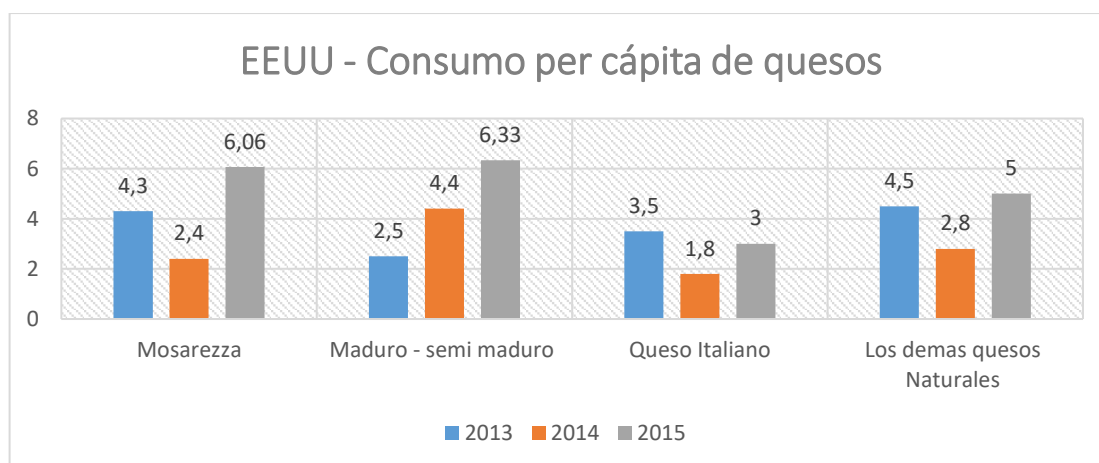


Gráfico 3-3. Consumo de Quesos New York - Estados Unidos

Fuente: Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (United States International Trade Commission – USITC)

Los quesos maduros – semi maduros, el queso con mayor consumo es el Cheddar, con 6,33Kg per cápita para el 2014, un 75% del total de su categoría. Entre los quesos de tipo italiano, predomina ampliamente el consumo de mozzarella y similares con 6,06 Kg per cápita en el 2015, lo cual significó el 76,21% del total de la categoría. Cabe señalar que el consumo per cápita de

quesos naturales en New York creció entre 2013 y 2015 a un ritmo inferior que la producción de dicho país. El análisis del gasto anual por hogar en alimentos y productos lácteos en New York para el año 2015 señala un gasto de entre US\$ 392 y 473 para productos lácteos (Administratio, 2015).

3.17. Acuerdos comerciales

Ecuador ha firmado muchos acuerdos comerciales bilaterales o multilaterales como bloqueo económico, otorgan beneficios de preferencias arancelarias parciales o totales para que los productos ecuatorianos ingresen a los diferentes países en la cual conste en el acuerdo. En la política socio-económica de este gobierno Ecuador no ha logrado alcanzar tratados de comercio con los Estados Unidos su primer socio comercial, sin embargo, existen todavía tratados vigentes con el país como es el SGP. Estos acuerdos cobijan a varios de los productos exportados desde el Ecuador entre ellos del queso Semi -maduro, esto quiere decir que nuestro producto ingresará al país meta con preferencias arancelarias beneficiándonos en nuestras negociaciones internacionales.

3.18. SGP Sistema generalizado de preferencias de los Estados Unidos

El SGP (Sistema Generalizado de Preferencias) es un acuerdo comercial que da un 0% de tasa de arancel o también la reducción de los aranceles a los países menos favorecidos, es decir, en vías de desarrollo. Estos países que están en vías de desarrollo obtienen las facilidades mediante el presente acuerdo el ingreso de ciertos productos con una preferencia arancelaria diferente a los demás. Las principales líneas de productos que se benefician con este acuerdo son los manufacturas y semifabricados, en menor escala los productos del mar y agrícolas. Gracias a este tratado Ecuador logro exportar en el año 2016 284 subpartidas bajo el SGP (Sistema Generalizado de Preferencias) cuyas exportaciones lograron representar trescientos noventa millones de dólares, se espera que al hacerse oficial la extensión del presente tratado continuemos gozando de esta preferencia arancelaria. El sistema generalizado de preferencias (SGP) de los Estados Unidos fue renovado por el congreso de este país, y tiene una vigencia hasta finales del 2020 crenado buenas expectativas para los ganaderos, las negociaciones del gobierno ecuatoriano enfrasan su importancia al sector de los exportadores. El presente acuerdo proporciona a los países en vías de desarrollo da apertura a más de tres mil quinientos productos aproximadamente de 120 países (PROECUADOR, 2016).

3.19. Oportunidades comerciales

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

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

3.20. Acceso al mercado y las normas de origen

Ambos temas se encuentran interrelacionados dado que para poder gozar de preferencias arancelarias en el mercado de destino, el producto debe ser originario, así también, se incluye los vínculos que contienen la información actualizada y relacionada con los requisitos que establece el ingreso a los Estados Unidos , el arancel que se denomina Relaciones Comerciales Normales (Normal Trade Relations o NTR) y corresponde al arancel comúnmente conocido como Nación Más Favorecida NMF (Most Favored Nation o MFN). Existe también un arancel para Relaciones Comerciales No Normales, que aplica solamente a un número pequeño de países que no reciben el tratamiento NTR.

3.21. Clasificación arancelaria y descripción de producto

Para facilitar el intercambio comercial de los productos, estos se identifican por medio de códigos arancelarios internacionales (los primeros 6 dígitos) que se ajustan conforme al desglose que realizan los países para llevarlos a 8 o más.

Tabla 12-3: Clasificación Arancelaria

04	CAPÍTULO 4: LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS DE AVE; MIEL NATURAL; PRODUCTOS COMESTIBLES DE ORIGEN ANIMAL NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE
0406	Quesos y requesón:
0406 10	- Queso fresco (sin madurar), incluido el del lactosuero, y requesón:
0406 10 20	-- Con un contenido de materias grasas inferior o igual al 40 % en peso
0406 10 80	-- Los demás
0406 20	- Queso de cualquier tipo, rallado o en polvo:
0406 20 10	-- Queso de Glaris con hierbas (llamado schabziger) fabricado con leche desnatada con adición de hierbas finamente molidas
0406 20 90	-- Los demás
0406 30	- Queso fundido (excepto el rallado o en polvo)
0406 30 10	- En cuya fabricación solo hayan entrado el emmental, el gruyère y el appenzell y, eventualmente, como adición, el Glaris con hierbas (llamado schabziger), acondicionados para la venta al por menor y con un contenido de materias grasas en la materia seca inferior o igual al 56 % en peso
	-- Los demás:
	-- Con un contenido de materias grasas inferior o igual al 36 % en peso y de materias grasas en la materia seca:
0406 30 31	
0406 30 39	-- Inferior o igual al 48 % en peso
0406 30 90	-- Superior al 48 %
...	--Con un contenido de materias grasas superior al 36 % en peso...
0406.90	(ver estructura completa en el Anexo).

Principales 10 países proveedores queso Andino semi maduro incluido el lactosuero, y requesón, a Estados Unidos de América, Importado 2012-2015.

3.22. Análisis y proyección de la demanda

3.22.1. Descripción general de la demanda de quesos en New York - Estados Unidos

Estados Unidos especialmente el estado de New York es el segundo mayor mercado mundial de queso, si su consumo per capital 15,1 kg (según programa de Apoyo del comercio Exterior de Estados Unidos) es notablemente más bajo que mayoría de los países europeos (desde los 26,3 kg de Francia a los 16,3 kg de la republica checa). Se trata de un mercado maduro y saturado que ha experimentado un crecimiento moderado en la última década. El consumo se concentra en los quesos tipo italianos, mozzarella, semi maduro, duros y cheddar fundamentalmente, que representa en torno al 64% de total del mercado. Aunque del queso se consume en multitud de formatos y presentaciones hay que destacar el crecimiento de queso fresco y maduros. A nivel

general, la demanda de queso en New York – Estados Unidos viene caracterizado fundamentalmente por los siguientes factores:

- **Productos sanos:** Casi 130 millones de estadounidenses sufren sobrepeso y más de mitad de ellos son obesos. La tensión arterial, el colesterol, la diabetes y las enfermedades cardiovasculares son problemas generalizados en la población estadounidense.
- **Productos naturales:** Derivado de la búsqueda de un producto sano y seguro. En particular se valora la certificación orgánica.

Tabla 13-3: Consumo anual de quesos en kilogramos por persona en New York – Estados Unidos

Consumo per cápita por Kilogramos	Quesos Italianos	Quesos mozzarella	Quesos semi-maduro	Quesos duros	Quesos cheddar	Total, Quesos
	4,2	3	4	3,19	0,62	15, 1

Fuente: Gobierno de Estados Unidos, Informe del consumo de alimentación

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

A partir de esta investigación se calculó las proyecciones con la cifra de quesos semi- maduros, aplicando la fórmula con la tasa de crecimiento poblacional que es el 0.64% de Estados Unidos como país de destino para del queso andino semi-maduro, por lo tanto, la demanda de los quesos Andino semi-maduro en la ciudad de New York -Estados Unidos será:

Población de la ciudad de New York -Estados Unidos es 8, 615.

Para calcular tomamos en cuenta el 66% de la población de New York quienes corresponden a los consumidores de queso semi-maduro según el Informe de consumo de alimentación de Estados Unidos 2016 obteniendo un resultado 5.685,90 de habitantes para la demanda del primer año, mientras que estableciendo la proyección con tasa de crecimiento poblacional de Estados Unidos 0,64% nos da un resultado de 5.722.28 consumidores que corresponde a la demanda de queso andino semi- maduro , mientras que para conocer la demanda por kilogramos la multiplicamos por 3kg de consumo per cápita anual de queso semi- maduro para el año 2016, en la siguiente tabla refleja los cálculos:

- $P_n = P_o(1 + i)^n$
- Dónde:
- **P_n**= Población en el año n
- **P_o**= Población en el año inicial
- **1**= Constante
- **i**= Tasa de crecimiento poblacional (0.64%)
- **n**= Número de años
- Cálculos
- $P_n = 8.615(1 + 0,0064)^1$
- $P_n = 8.615(1,0064)^1$
- $P_n = 5.722.28$

Tabla 14-3: Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA CLIENTES (COSUMIDORES)	CONSUMO/Kg	CONSUMO QUESO SEMI-MADURO/TM
2016	5.685,90	22,743.60	22,744
2017	5.722.28	22,889.12	22,889
2018	5,795.76	23,183.04	23,183
2019	5,907.76	23,631.04	23,631
2020	6,060.46	24,241.84	24,242

Fuente: Observación, Tabla 18

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.23. Análisis y proyección de la oferta

Para realizar la oferta se ha tomado en cuenta los valores de la proyección de la demanda tomado en cuenta que el 25% corresponderá a la demanda insatisfecha para el proyecto, la diferencia del 75% es la oferta, es decir, a los consumidores a las cuales la competencia está cubriendo en la actualidad.

Para los cálculos de las proyecciones se aplica la misma fórmula de la demanda.

Tabla 1815-3: Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA (COMPETENCIAS)	OFERTA /Kg	OFERTA/TM
2016	4,264.42	17,057.70	17,058
2017	4,291.71	17,166.86	17,167
2018	4.346.82	17,387.30	17,387
2019	4,430.82	17,723.28	17,723
2020	4,545.34	18,181.37	18,181

Fuente: Observación, Tabla 19

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.24. Análisis comparativo oferta-demanda

Con respecto a la diferencia de la oferta y la demanda obtenemos la demanda insatisfecha, considerado para el proyecto el 25%.

Tabla 16-3: Proyección de la demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA INSATISFECHA CONSUMO QUESO SEMI-MADURO /kg	DEMANDA INSATISFECHA CONSUMO QUESO SEMI-MADURO/TM
2016	5.685,90	4,264.42	1,421.48	5,685.92	5,686
2017	5.722.28	4,291.71	1,430.57	5,722.28	5,722
2018	5,795.76	4.346.82	1,448.94	5.795.76	5.796
2019	5,907.76	4,430.82	1,476.94	5,907.76	5,908
2020	6,060.46	4,545.34	1,515.12	6,060.48	6,060

Fuente: Observación, Tabla 19 y 20

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Mediante estos cuadros podemos apreciar que la demanda insatisfecha que posee el mercado de New York -Estados Unidos es amplia con 1,421.48 habitante que consumirán 5,686 toneladas queso andino semi -maduro en el primer año, por lo que la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño está en capacidad de cubrir una demanda insatisfecha.

3.25. Análisis de los precios mercado nacional

El precio del queso andino semi -maduro establecida por los productores de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeño” para el mercado de nacional en el año 2016 bordea a un valor monetario de entre USD 7,30 dólares por Kilogramo variando de acuerdo a la calidad y valor agregado que se le da al producto.

Tabla 17-3: Precio del producto

DETALLE	VALOR MENSUAL	CANTIDAD PRODUCTO EN Kg	VALOR UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL
Gastos indirectos de fabricación	281,00	3,000.00	0,03	280,99
Insumos	556,85	3,000.00	0,04	556,84
Materia prima por kg			7,30	21.900,00
Mano de obra	366,00	3,000.00	0,03	365,99
TOTAL			7.40	23.103,82
Utilidad del 25%			1,85	
Precio PVP mercado Nacional			9,25	

Fuente: Observación, Tabla N°

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.26. Análisis de la comercialización-exportación

Una vez que el queso cumpla con los requerimientos de calidad y el peso de 1000 gramos que corresponde a 1kg respectivamente, se procede a la maduración que es la que ocurre en el interior de la masa por acción de los microorganismos del fermento láctico. Tiempo de maduración: entre 60 y 90 días para los Semiduros. Es importante tener en cuenta que, durante el tiempo de maduración todos los quesos deben ser dado vuelta (volteado), todos los días, de ese modo, se logra una distribución uniforme de la humedad en toda la masa. La comercialización el queso andino semi-maduro por kilogramos, cuyo precio oscila entre 7,30 a 7,80 dólares en el lugar de la producción y en la planta de procesamiento tiene un precio Ex Works de USD 10,02 el Kilogramo, mientras que para el mercado internacional con precio FOB de USD 10.13 por kilogramo dependiendo de la utilidad y otros costos de producción y exportación que estime el exportador.

3.26.1. Envasado

El envasado se lo realiza para mantener del queso en un estado natural y fresco para que tenga mayor resistencia a los factores ambientales externos como la luz, gases, humedad, temperatura y demás agentes biológicos, el cual garantiza higiene seguridad y aceptación por parte del consumidor estadounidense.

3.26.2. Empaque

El empaque del queso Andino Semi-maduro cuenta con unos empaques plásticos de polietileno Pre – Pac en presentación de 1000gr, sumamente prácticos y económicos, y de esta manera garantizar que la mercancía llegue a su destino en condiciones estipuladas en el contrato , además los requisitos para exportar a la ciudad de New York- Estados unidos le exige que el nombre del producto y todas sus descripciones sean en inglés, además los ingredientes que lo componen y la tabla de nutrition facts que contiene el porcentaje de grasa saturada, colesterol, sodio y demás componentes de producto.



Figura 5-3. Empaque “Cebadeñito”

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas
Autónomos “Cebadeñito”

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.26.3. Etiquetado

El etiquetado del Queso Andino Semi- maduro permite realizar la trazabilidad del producto y adoptar sistemas automáticos de capturas de datos comunes a lo largo de la cadena de suministros. Este etiquetado se debe presentar en inglés utilizando las unidades de medida del sistema anglosajón.

Para este producto de etiquetado se debe tomar en cuenta que el queso andino semi maduro se empacara en fundas plásticas polietileno al vacío, para que no se pueda dañar ni que el producto salga o se rompa.

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

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

- Un código para identificar el lote al que pertenece el producto alimenticio.
- Tratamiento a los que ha sido sometido el producto, con indicador específicas sobre irradiación y comidas congeladas.

Tabla 18-3: Etiqueta

NUTRITION FACTS	
Serving Size	50g
Serving Per Container	20
Amount Per Serving	
Calories	166
	% Daily Value
Total Fat 13g	20%
Cholesterol 47mg	16%
Sodium 111mg	5%
Total Carbohydrate 2g	1%
Protein 10g	
Vitamin A 15%	Vitamin C 0%
Calcium 38%	Iron 1%
*Percent Daily Values are based on a 2.000calories diet.	
Ingredient: milk, rennet, salt	

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeño”

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.26.4. Logotipo



Figura 6-3. Logotipo

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeño”

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Este es el logotipo que represente el producto, esto será a través de una imagen concisa y expresiva haciendo referencia al Queso Andino Semi- maduro, con colores atractivos con las especificaciones adecuadas de la empresa y al igual que el etiquetado en el idioma del país de destino.

3.26.5. Embalaje

Cajas Plásticas 60 X 39 X 16 Quesera

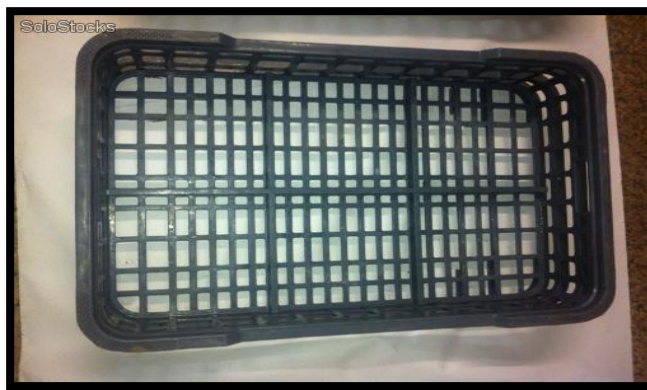


Figura 7-3. Embalaje

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito”

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

El Queso Andino Semi-maduro de 1000gr es el producto que colocaremos a disposición de los consumidores solicitará de fundas de polietileno, por tener flexibilidad y variabilidad, el empaque será colocado en cajas plástico con medidas de 60 cm largo x 39 cm ancho x 16 cm en la que entraran 10 quesos por caja tomando en cuenta las medidas del queso y su caja, se debe tomar en cuenta el material y el diseño estructural toda la información deberá ser presentada en el idioma oficial de comercialización del país de destino.

Para el embalaje del Queso Andino semi maduro se utilizaran un film para embalar que serán colocadas sobre la entrada de cada caja plástica por ser las que se usan con más frecuencia y porque vienen en diseños que se adaptan a las necesidades del producto permitiendo que soporte, el producto terminado será empacado en las cajas plásticas y almacenado en un cuarto frio hasta el momento en que sea enviado al mercado de destino en contenedores que se va a transportar debe tener una temperatura 4 y 7 °C. En la caja se deberá detallar el nombre de la empresa exportadora y los datos del producto, con un registro fitosanitario, muy necesario, el cual se lo solicita al FDA que se lo puede obtener llenando formularios para productos procesados, además de algunos datos como el país originario y un logotipo con diseño llamativo.

3.27. Estrategias de MIX- MARKETING

Las estrategias de marketing de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” para la exportación de queso andino semi-maduro estará dirigido al mercado objetivo de acuerdo a la cantidad del producto que posee la empresa mediante alianzas estratégicas con los productores de la comunidad e entidades estatales y privadas que promocionan los productos no tradicionales a precios accesibles para el cliente, en el tiempo que sea necesario y en el lugar convenido con el fin de apoyar a la diversificación de la exportaciones.

3.28. Presentación de producto

Las estrategias de producto que se considera en el proyecto son:

- En cuanto a la presentación del producto será mediante la selección y control de calidad que cumpla con las normas de higiene mediante la obtención de certificados de calidad que genere satisfacción al cliente y tenga ventaja competitiva en el mercado.
- Mayor valor agregado mediante la utilización de maquinarias óptimas para el proceso de limpieza y refrigeración con respectivo cuidado en la manipulación.
- Incrementar paulatinamente el nivel de producción para complementar la demanda insatisfecha.
- Desarrollar el envase y el empaque considerando cuatro aspectos básicos: protección, promoción tamaño y forma en las que debe presentar el producto al cliente.

3.29. Precio de producto

Las estrategias de precios del queso Andino semi-maduro para el presente proyecto se toman en consideración de acuerdo a los costos generados en la producción, como también se toma en cuentas el precio de los productos sustitutos de la competencia sin sobrepasarla para que nuestro queso tenga mayor ventaja competitiva en los precios.

3.30. Estrategias de plaza - canales de distribución

El canal de distribución considerado para el proyecto es de acuerdo al perfil PRO ECUADOR diseñado para mercados internacionales, realizado con el fin de que el producto llegue con mayor facilidad hacia los consumidores y así poder satisfacer al cliente, por consiguiente, se sugiere el siguiente canal de distribución:

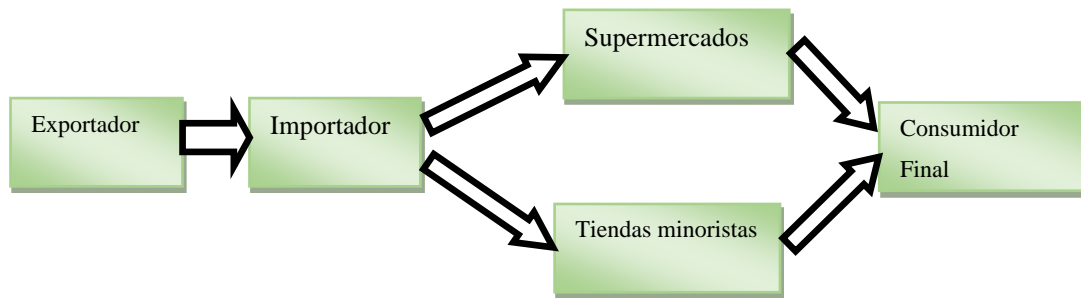


Gráfico 4-3. Canales de distribución

Fuente: PRO ECUADOR

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

De acuerdo al gráfico, el canal de distribución es largo por ser un mercado internacional, inicia con la salida del producto del exportador de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” el producto es recibido por el importador Estadounidense en New York y él se encarga de realizar la distribución a los puntos de venta como en los principales supermercados de mayor concurrencia de los consumidores como también se encarga de distribuir a tiendas minoristas y finalmente llega al consumidor final, se ha considerado este canal porque generalmente en una exportación para cualquier parte del mundo interviene un importador que se encarga de distribuir dentro del país de destino.

3.31. Estrategias de promoción

Para esta estrategia el proyecto considera medios de promoción y publicidad mediante un análisis continuo de las estrategias de los competidores, de acuerdo a este análisis se diseñará mayor valor agregado en cuanto a la presentación del producto para mantener al borde de la competencia. En caso de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” los diferentes instrumentos y medios que se utilizarán para dar a conocer del Queso andino semi-maduro.

- Exhibición en puntos de venta
- Ferias Nacionales e internacionales
- Muestras gratis
- Verbal
- Página de internet
- Redes sociales
- Revistas de interés
- Ayuda de PROECUADOR

3.32. Estrategias de comercialización

En cuanto a las estrategias de la comercialización para el proyecto de exportación de queso Andino semi-maduro se ha tomado en cuenta las siguientes.

- Ferias internacionales
- Aprovechar los tratados comerciales que tenga el país con los Estados Unidos
- Dar mayor valor agregado al producto
- Cumplir con las normas y estándares de calidad
- Establecer alianzas estratégicas con diferentes entidades estatales para dar a conocer el producto.
- Mantener en constante plan de mejora y actualización de información del mercado objetivo
- Considera el uso de las tecnologías de información y comunicación

3.33. Estudio técnico

3.33.1. Objetivo del estudio técnico

Identificar y analizar los equipos, la maquinaria, las instalaciones necesarias para el proyecto, los procesos de producción, las diferentes opciones tecnológicas que se requieren para la obtención del queso Andino semi-maduro.

3.33.2. Determinación del tamaño del proyecto

La empresa se constituye como un emprendimiento comunitario distinguida como una Asociación creado con el fin de desempeñar en la elaboración y comercialización de productos lácteos con capacidad de producción de acuerdo a la demanda insatisfecha realizada en el estudio de mercado; para poner en marcha el proyecto se considera la inversión en la adquisición de maquinarias y equipos que se necesita para el proceso de elaboración de queso andino semi-maduros.

3.33.3. Factores de viabilidad

Se determina la viabilidad para el proyecto de acuerdo a la demanda insatisfecha de 1.410,30 consumidores potenciales de New York -Estados Unidos , donde se requiere de 4.231 toneladas de queso Andino semi-maduro , que consumirán 3kg per cápita anualmente en nuestro mercado de destino de acuerdo al informe de alimentos de Estados Unidos , por lo tanto la empresa se orientara para cubrir este requerimiento con la implantación de la planta de producción con una distancia de 500 metros de la vía comercial Riobamba-Macas que para arribar al mercado de la

ciudad de Riobamba el viaje es aproximado es de 1h y al puerto de Guayaquil aproximadamente 3 horas en donde no tendrá mayor impacto para el deterioro del producto.

3.33.4. Factores de optimización

Este proyecto se enfoca a la exportación de queso Andino semi-maduro para cubrir con la cantidad determinada en la demanda insatisfecha que se desarrolló en el estudio de mercado tomando en consideración que la producción sea equilibrada para minimizar la sobreoferta o la sobredemanda que pueda ocasionar tanto en el mercado como en la empresa.

3.33.5. Determinación del tamaño óptimo

Esta empresa contará con los espacios adecuados con la distribución de áreas necesarias establecidas previamente para la producción y la comercialización de queso Andino semi-maduro. Todos los requerimientos para el desarrollo del proyecto estarán instalados en los espacios que cuenta la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito”, los mismos que se detallan a continuación:

Departamento de producción

- Área de recepción de la leche
- Área de almacenamiento ISOTERMO
- Área de elaboración
- Área del salado
- Cámara de secado y maduración
- Cámara de conservación
- Área de envasado, empacado, y etiquetado del queso
- Almacén general
- Zona de expedición

Departamento administrativo

- Área administrativo
- Área de finanzas

Departamento de ventas

- Área de ventas
- Área de investigación de mercados
- Estacionamiento de vehículos

3.33.6. Localización del proyecto

El proyecto está dirigido para la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeño” con enfoque al mercado de New York -Estados Unidos que para la constitución se ha visto necesario analizar ciertos factores que permiten tener la certeza de continuar en la ejecución.

Se ha analizado los siguientes factores con respecto al lugar de ejecución del proyecto:

- El mercado de New York -Estados Unidos como mercado meta en base al estudio de mercado realizado.
- La materia prima es la leche producida en la misma parroquia cebado y por diferentes productores asociados.
- Para la logística y transporte se hace necesario un camión con contenedor refrigerado y para el transporte internacional se usará el transporte marítimo.
- La capacidad de energía eléctrica para la instalación se ha tomado en cuenta de 110 y 220 voltios.
- La mano de obra será calificada y no califica
- En cuanto a las leyes y normativas se regirá de acuerdo los vigentes de la jurisdicción correspondiente, de los ministerios competentes y también se regirá a los reglamentos internos creados por la empresa.
- En cuanto a los servicios de la parroquia de ha visto conveniente establecer capacitaciones de fomento a la producción y en otras áreas en convenio con los ministerios como el MAGAP, PRO ECUADOR, MIPRO, Ministerio del Ambiente (MAE) y otras entidades que se considere necesario.

3.33.7. Macro localización

La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeño” de donde generará la producción y exportación de queso Andino semi-Maduro al mercado internacional, está localizada en la provincia de Chimborazo-Ecuador.

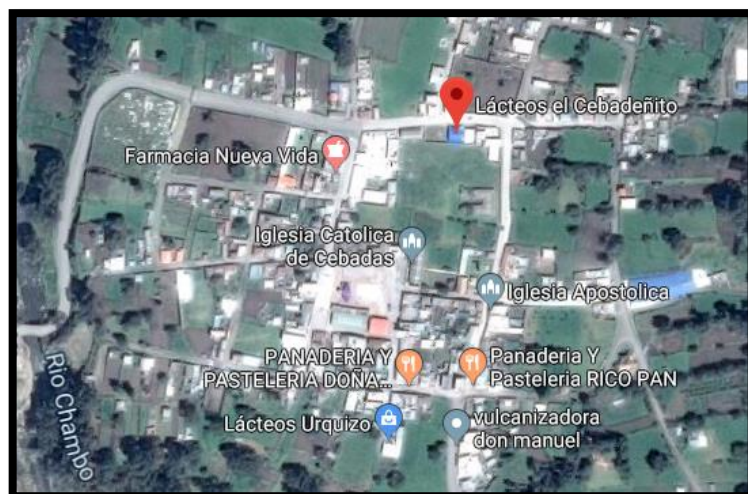


Figura 8-3. Macro localización

Fuente: Google Maps

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.33.8. *Micro localización*

La parroquia Cebadas se caracteriza por ser una zona productora de leche, esto lo demuestra la producción de 28.450 litros que se produce cada día en toda la parroquia, proveniente de pequeños y medianos productores. Esta producción está sustentada en una población de 4.894 vacas productoras de leche, mismas que tienen su soporte en una superficie de 7.177 hectáreas de pastos naturales o establecidos. El 98% de la producción de leche día se dedica al mercado y apenas el 2% para autoconsumo.

La empresa estará ubicado en:

Provincia: Chimborazo
 Cantón: Guamote
 Parroquia: Cebadas
 Dirección: Calle Tarqui y Juan Montalvo
 Distancia: 35 km de la ciudad de Riobamba
 Teléfono: 032-959- 468
 E-mail: industriascebadeño@gmail.com

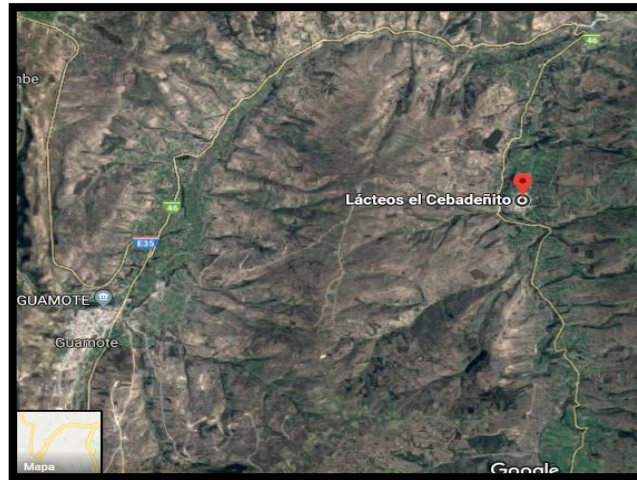


Figura 9-3. Micro localización

Fuente: Google Maps

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.33.9. Ingeniería del proyecto

3.33.9.1. Infraestructura física de la empresa

La construcción de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño se encuentre en óptimas condiciones y fácil acceso tanto para productores, trabajadores y compradores. Cuenta con los servicios como agua entubada, energía eléctrica, alcantarillado.

La empresa cuenta con:

Terreno 5.000 m² que está dividida para la producción y elaboración de quesos como también con las instalaciones y construcción para el procesamiento del producto y la comercialización.

La empresa dispone de la siguiente infraestructura:

- Departamento de producción: Área de inspección y recibo de materia prima, Área de procesamiento y elaboración de quesos, Área de almacenamiento, refrigeración 3500 m²
- Departamento administrativo y ventas 1000 m²
- Estacionamiento de vehículos 500 m²

Toda la infraestructura contará con pasillo y espacios verdes.



Figura 10-3. Vista frontal de la empresa

Fuente: observación directa de la Asociación Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia



Figura 11-3. Vista posterior de la empresa

Fuente: Observación directa de la Asociacion Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia



Figura 12-3. Vista lateral izquierdo de la empresa

Fuente: Observación directa de la Asociacion Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

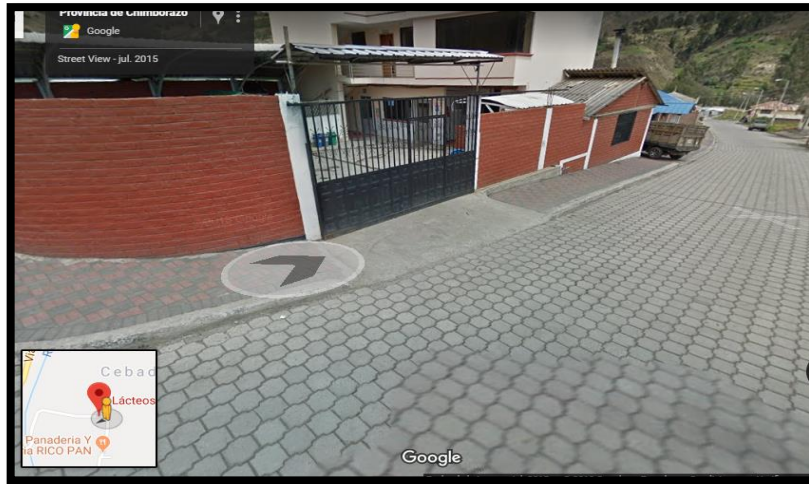


Figura 13-3. Vista lateral derecho de la empresa

Fuente: Observación directa de la Asociación Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

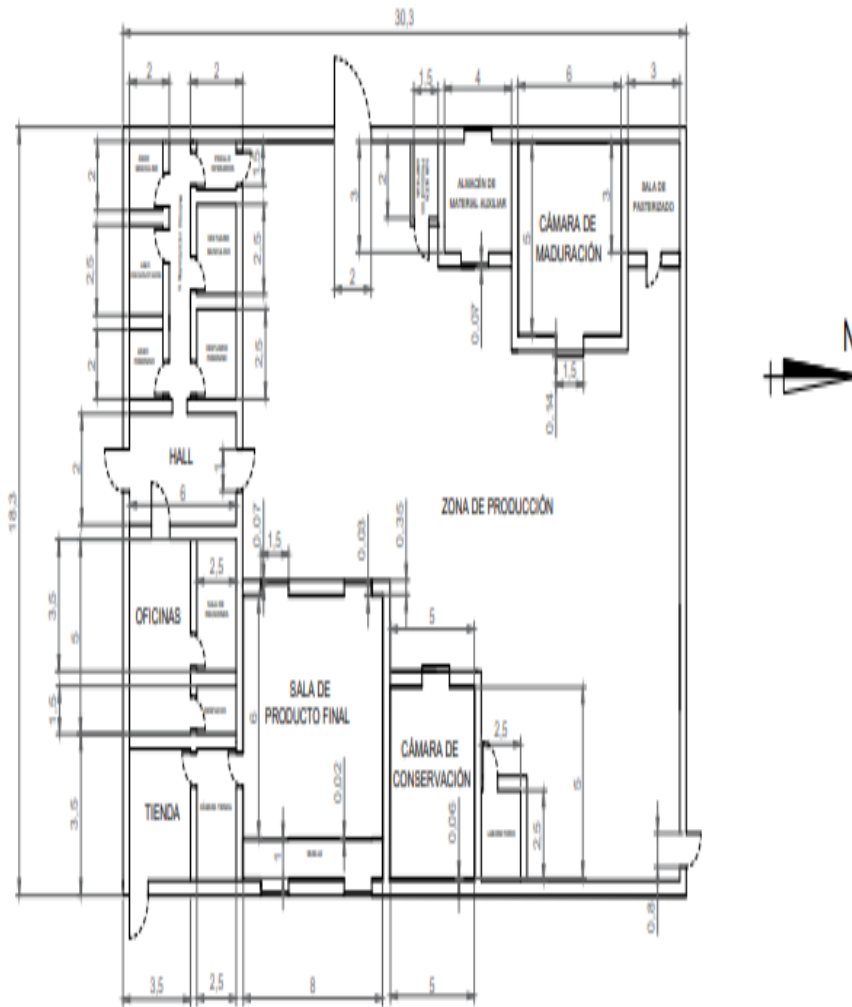


Figura 14-3. Plano para la empresa

Fuente: Observación directa de la Asociación Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.33.10. Esquema del proceso productivo

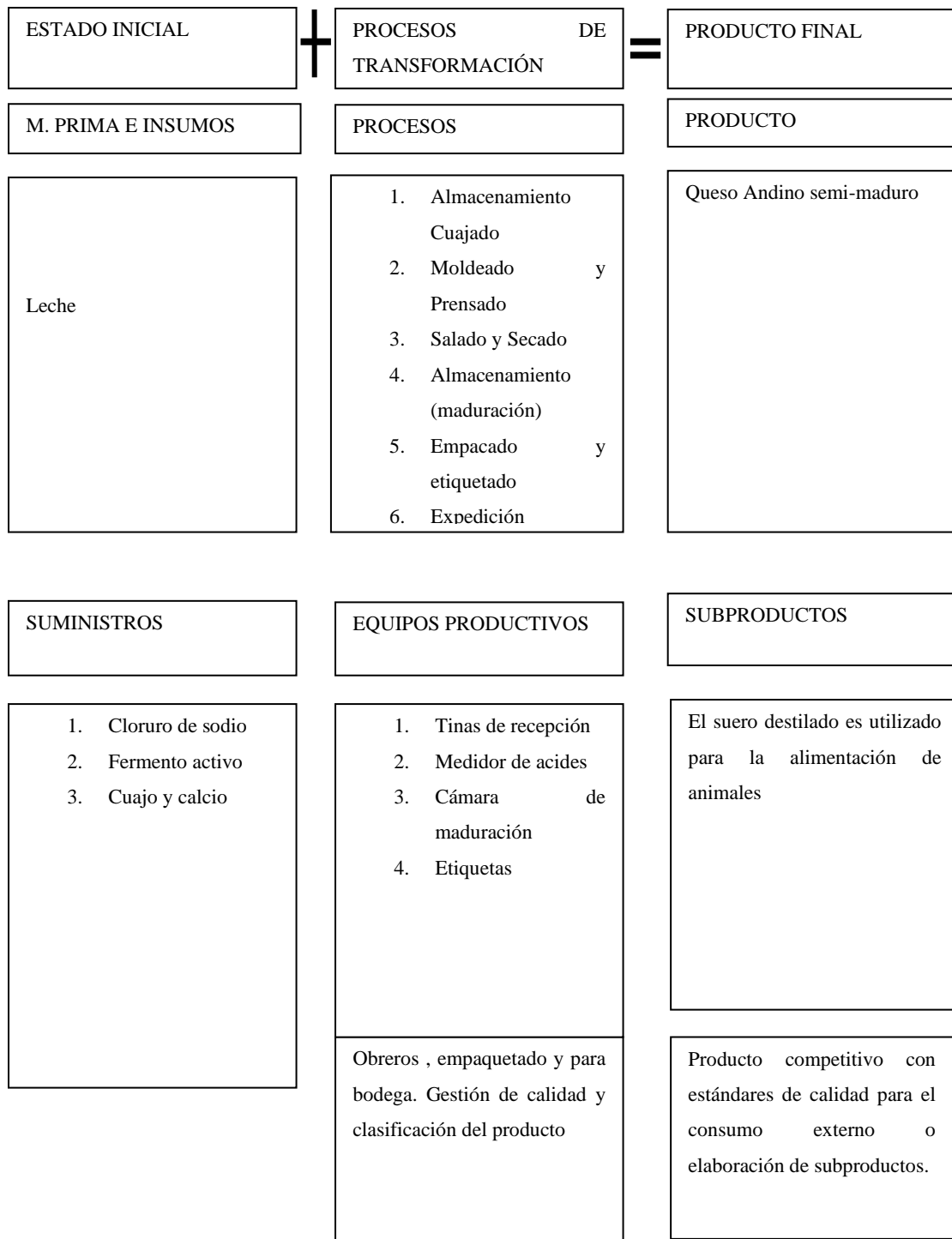


Gráfico 5-3. Esquema de procesos

Fuente: Observación Directa de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.33.11. Flujo de producción

Para proyectar la producción de los próximos años se ha tomado en cuenta el 0,64% de incremento poblacional de nuestro mercado objetivo que es New York -Estados Unidos, de acuerdo a los datos generados por la INE (Instituto Nacional de Estadística) de Estados Unidos en el año 2016; se ha realizado con estos datos porque a partir de esta información permitirá producir de acuerdo al crecimiento poblacional en habitantes de nuestro mercado, para la cual se ha aplicado la siguiente fórmula:

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Dónde:

Cn= Producción en el año n

Co=Producción en el año inicial

1= Constante

i= Tasa de crecimiento poblacional mercado objetivo (0.64%)

n= Número de años

Cálculos

$$Cn = 36,000 (1 + 0,0064)^1$$

$$Cn = 36,000 (1,0064)^1$$

$$Cn = 36,230.40$$

En el año 2016 Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito 36,230 kilogramos de queso que corresponde a aproximadamente 36,23 toneladas anuales.

Tabla 18-3: Flujo de producción

Años	Diario/ KG	Semanal / KG	Quincenal /KG	Mensual /KG	Semestral /KG	Annual/KG
2016	138.46	870.00	1,500.00	3,000.00	18,000	36,000.00
2017	140.24	875.57	1,509.60	3,019.20	18,115.20	36,230.40
2018	142.04	886.81	1,528.98	3,057.97	18,347.82	36,695.63
2019	144.78	903.95	1,558.53	3,117.06	18,702.35	37,404.71
2020	148.73	927.31	1,598.81	3,197.63	19,185.75	38,371.50

Fuente: Observación Directa de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.34. Flujo grama del proceso de la producción

El flujograma de procesos que se realizarán desde la producción hasta la comercialización son:

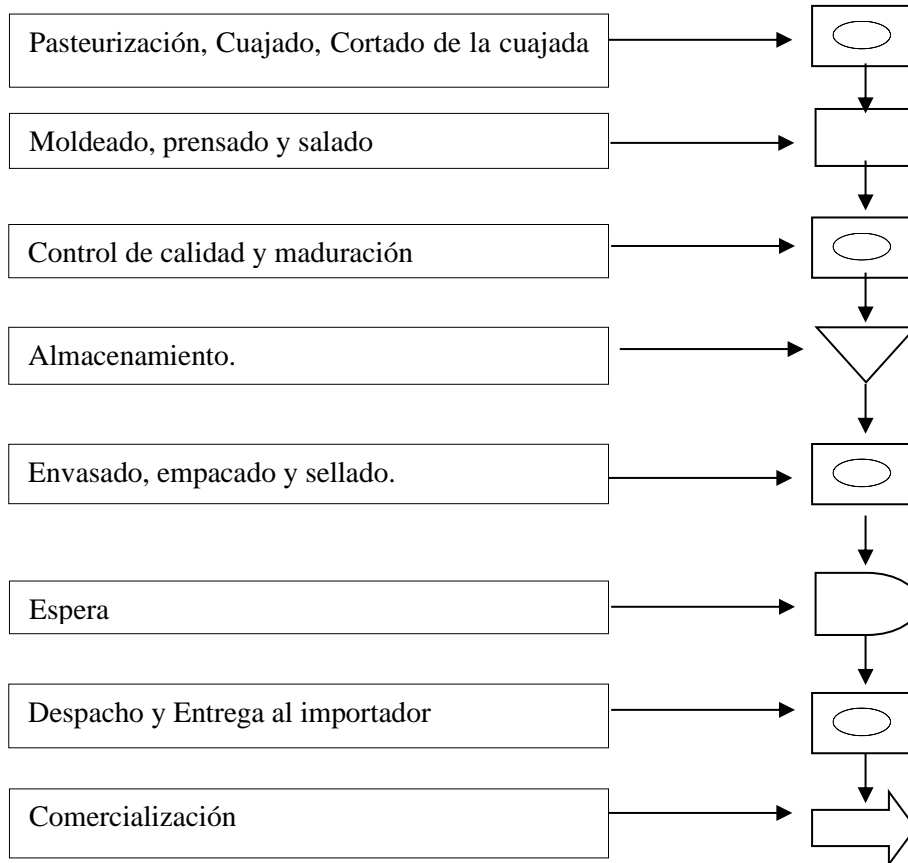


Gráfico 6-3. Flujograma de procesos

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.35. Desarrollo del flujograma

Tabla 19-3: Desarrollo de flujograma

FASES	ACTIVIDAD
Pasteurización , Cuajado, Cortado de la cuajada y desuerado	<ul style="list-style-type: none"> • El pasteurizar; el proceso consiste en calentar la leche a temperaturas específicas por tiempos predeterminados. • La coagulación de esta proteína se puede provocar por acción de ácidos o por medio de enzimas. • Estas se cuelgan para que el suero escurra a través de las mallas de la tela. El desuerado dura de 15 a 24 horas

Moldeado y prensado	<ul style="list-style-type: none"> Los moldes se apoyan en las mesas de drenaje o cintas transportadoras ligeramente inclinadas para favorecer el drenaje.. Las prensas que se utilizan son del tipo horizontal o vertical.
Maduración	El secado se lleva a cabo en cámaras con temperaturas y humedades controladas. La temperatura está entre 8 y 12 °C y las humedades relativas entre el 85 y 90%.Una vez finalizado el período de secado los quesos son almacenados en cámaras el tiempo necesario para alcanzar el grado óptimo, siempre cumpliendo las obligaciones legislativas.
Envasado, etiquetado y sellado	El Queso Semi-maduro de 1000gr es el producto que colocaremos a disposición de los consumidores solicitará de fundas de polietileno, por tener flexibilidad y variabilidad, el empaque será colocado en cajas plástico con medidas de 60 cm largo x 39 cm ancho x 16 cm en la que entraran 10 quesos por caja tomando en cuenta las medidas del queso y su caja.
Despacho	Con el objeto de evitar efectos de calor durante el transporte hasta el puerto de Guayaquil, los despachos deberán realizarse en la noche o en la madrugada, por la distancia que estima el viaje. Las acciones de estiba, paletizado, embarque y transporte de producto, por vía marítima están a cargo de las empresas navieras especializadas.
Entrega	Recibo e inspección del queso andino semi-maduro por parte del importador surte efecto una vez que el producto haya arribado al puerto de origen y al Puerto Marítimo de New York
Distribución a los consumidores	El importado distribuirá a diferentes cadenas de supermercados, tiendas para que consumidor final lo adquiera.

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.35.1. *Requerimientos de materia prima, equipos y maquinarias*

El queso andino semi-maduro es la materia prima directa que constituye el primer elemento de costo de producción del proyecto.

Tabla 20-3: Materia prima

CANT. KILOS	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
36,000.00	Queso andino semi-maduro	7,30	262.800,00
TOTAL			262.800,00

Fuente: Observación Directa de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 21-3: Requerimiento de insumos

Cantidad	Rubro	Valor Unitario	Valor Total Anual
300	Paquetes de Etiquetas que contiene (200 unidades)	1,50	450,00
2.400	Cajas de plástico	1,00	2.400,00
35	Conservante natural. Lizosima	23,60	826,00
360	Fundas para Envasado (paquetes de 100 unidades)	2,40	864,00

6	Botas de caucho pares	12,00	72,00
6	Mandiles	4,00	24,00
4	Cinta de Embalajes (rollos)	2,20	8,80
TOTAL			4.644,80

Fuente: Observación Mercado y Ferreterías del Ecuador

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 22-3: Requerimiento de muebles y enseres

CANT	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
1	Archivadores	Archivadores metálicos de tres gavetas con capacidad de 2 filas de carpetas A4 o carta americana de frente
1	Escritorio Magistral	Realizado y acabado en MDF de 25mm de espesor. Sistema de agarre por exofix de fácil armado y desarme. Contiene: Cajonera rodante, biblioteca baja, archivo, carpetero, mesa de PC.

Fuente: Observación Mercado y Ferreterías del Ecuador

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 23-3: Requerimiento de herramientas

CANT	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
1200	Moldes para del queso	Set de moldes de acero inoxidable de diferentes tamaños
8	Recipientes	Recipientes para el reciclado de desechos
8	Bandejas	Bandejas de acero Inoxidable medianos.
3	Pallets para paletizado de cajas	Pallets de polietileno lisa que dispone de 3 patines

Fuente: Observación Mercado y Ferreterías del Ecuador

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 24-3: Requerimiento de suministros y útiles de oficina

CANT	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
8	Lápices	Lápiz de papel marca BIC
8	Bolígrafos	Caja de bolígrafos marca BIC, de color azul y negro punta gruesa.
2	Facturas	Facturero
2	Carpetas	Carpeta de cartón diferente colores.
2	Cuadernos Universitarios	Espiral de 100 hojas a cuadros, marca, norma
1	Resma de Papel	Papel bon, blanco de 500 unidades, formato A4

Fuente: Observación directa Librería "El Éxito" y Amazon.com

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 25-3: Requerimiento de equipos de oficina

CANT	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
1	Teléfono	Teléfono KX-TGC222, PANASONIC, con dos auriculares, sistema de contestador inalámbrico digital.
1	Equipo de sonido	Equipos de sonido Marca Panasonic, mediano, Reproduce: CD, CD-R/RW y MP3.14/12/2015, Puerto USB Frontal.

Fuente: Observación directa Almacén "JAHER"

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 26-3: Requerimiento de maquinaria

CANT	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
1	Balanza analítica	Balanza Analítica para controlar el peso del queso semi maduro en recepción y salida para exportación; Balanza analítica de clase superior con calibración interna, verificable, rangos de pesado: 0 ... 500 o 0 ... 3000 g / resolución: 0,001 g / 0,01 g interfaz RS-232
1	Prensa para queso Andino PRENS Q 18	Prensa para queso andino, construidos en acero inoxidable, se utiliza para realizar el prensado vertical de los quesos en molde. Tiene una capacidad de 18 kg por batch, contiene una palanca y un sinfín de 2", el eje del sinfín es cromado, posee una mesa inoxidable y un colector de suero, se puede prensar 6 moldes por piso.
1	Envasadora al vacío vac - dz – 300	Máquina compacta que envasa al vacío diversos productos tales como productos alimenticios como del queso y otros. La bomba de vacío extrae 8 m3 por hora. Tiene controles electrónicos y tapa transparente; el sellado es frontal hasta una dimensión de 22 cm. Construido totalmente en acero inoxidable.
1	Cámara de maduración	La cámara de maduración suele tener una temperatura de 9-11c, en ocasiones algo mas altas una humedad relativa de 85-99% dependiendo de tipo de queso desde unos días hasta varios meses y definirá la edad del queso.

Fuente: Almacén "JAHER"

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 27-3: Requerimiento de equipo computación

CANT	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
1	Computadoras	Computadoras de Escritorio de alta velocidad marca Samsung 3.9 ghz Quad Core, 8GB 1600 MHZ, 1TB HDD, AMD Readon R7 249, 2GB gráficos, Conexión WIFI
1	Impresora multifuncional	Impresoras Láser multifunción por HP

Fuente: Observación directa Amazon.com y Almacén "JAHER"

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 28-3: Requerimiento vehículo

CANT	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
1	Camión pequeño refrigerado marca Chevrolet	Dongfeng 8CBM nevera congelador frigorífico camión, pequeño refrigerador caja camión

Fuente: Observación Mercado Libre

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.35.2. Requerimiento de talento humano

Tabla 29-3: Talento humano requerido para el proyecto

CANT	Rubro	SUELDO MENSUAL /U
	Administrativo	
1	Gerente	1.000,00
1	Secretaría	366,00
1	Contador	480,00
	Producción	
1	Operadores de producción	366,00
	Ventas –Exportación	
1	Profesionales de ventas	650,00
1	Transportista	366,00

Fuente: Observación Directa y Sueldo básico Ministerio de Relaciones
Laborales 2016

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.35.3. Precio del producto nacional

El queso Andino semi-maduro es un alimento muy apetecido en mercado ecuatoriano y su precio nacional oscila el kilo entre USD \$7,40 a USD \$ 7,50 dólares; este variando por su peso y calidad como también de la presentación o valor agregado. La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito ha establecido un precio de \$ 7,30 por kilogramo.

Tabla 30-3: Precio Ex works o en fábrica

DETALLE	VALOR MENSUAL	CANTIDAD PRODUCTO EN Kg	VALOR UNITARIO	COSTO TOTAL MESUAL
Gastos indirectos de fabricación	261,00	3,000.00	0,03	260,97
Insumos	387,06	3,000.00	0,04	387,02
Materia prima por kg			7,30	21.900,00
Mano de obra	366,00	3,000.00	0,03	365,99
TOTAL			7,40	22.913,98
Utilidad del 25%			1,85	
Precio PVP mercado Nacional			9,25	

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.35.4. Precio en el mercado internacional

Los precios depende de la incidencia económica de cada uno de los países que conforma Estados Unidos evolucionando de forma similar entre los países miembros siendo así se ha identificado en los mercados tradicionales de quesos maduros y semi-maduros en Estados Unidos su precio está previsto de entre 9,25 hasta 12,00 dólares americanos por kilogramos siendo muy variable, los consumidores estadounidenses adquieren 3 kilo semanal (Qcom.es, 2015).

En precio que se estima para nuestro mercado objetivo de acuerdo a las estimaciones de ciertos rubros necesarios del costo de exportación en el país de origen se puede apreciar en la siguiente tabla, cuyo precio es considerado hasta el puerto de embarque del Ecuador de acuerdo al Incoterm FOB que sugiere el proyecto.

Tabla 31-3: Precio FOB.

Gastos indirectos de fabricación	0,03		260,97
(+) Insumos	0,04		387,02
(+) Materia prima queso por Kg	7,30		21.900,00
(+) Mano de obra	0,03		365,99
(=)COSTO DE PRODUCCIÓN	7.40		22.913,98
(+)Utilidad del 25%	1,85		5,728.495

(=) EXW	9,25	3,000.00	28,642.47
(+) transporte interno Atillo – Guayaquil	0,01		100,00
(+) Seguro interno a – Guayaquil (1%)	0,09		286,42
(+) Trámite de aduana DAE	0,01		50,00
(+) Inspección y manipulación estibas y desestiba	0,01		100,00
(+) Trámite certificado de origen	0,01		100,00
(+) Agente Aduanero	0,01		100,00
(=) FOB	9,39		29.378,56

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.35.5. Estudio del impacto ambiental y social

Para evitar el impacto ambiental negativo se ha estimado desarrollar de manera sostenida la producción de quesos y su comercialización, es por eso que se considera ciertos aspectos claves para la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño.

- Elaboración de planes de acción de manejo ambiental donde establezcan políticas, estrategias, metas y objetivos.
- La empresa se comprometerá al cuidado y conservación del entorno mediante práctica de procesamiento más limpia, cumpliendo con todas las normas y condiciones ambientales exigidos por el Estado y entregando al consumidor un producto sano y de calidad.
- Llevar a cabo la limpieza de los equipos y maquinarias como también lavar oportunamente la planta de procesamiento

Al cumplir estas consideraciones la empresa tendrá una buena imagen a nivel empresarial en el mercado nacional e internacional y adquirirá certificaciones de calidad que acrediten la seguridad alimentaria responsable con el ambiente.

El proyecto también considera el impacto social para que la empresa aplique un modelo de responsabilidad social en cuatro ejes fundamentales:

Responsabilidad económica

- Incrementar inversionistas a la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño
- Reducir los costos de producción y procesamiento de queso utilizando eficientemente los recursos de la empresa
- Incrementar la productividad y aumentar la calidad del producto
- Aplicar principios de transparencia, honestidad y rentabilidad sustentable.

Responsabilidad comunitaria

- Aportar al desarrollo con la parroquia Cebadas mediante una relación vinculante en la producción y comercialización como también en la planeación de programas de desarrollo.
- Eficiente relación comercial con el importador cumpliendo optimizar en tiempos y recursos.

Responsabilidad laboral

- Mejorar la eficiencia de trabajo en equipo con todo el personal de la empresa.
- Vincular a la empresa de personal con decisión de trabajar y que sean capacitados
- Cumplir con las remuneraciones establecidas en el contrato.

Responsabilidad legal

- Cumplir con el pago al Estado de los impuestos de la empresa
- Cumplir con las disposiciones legales de entes vigentes.

3.36. Estudio administrativo legal para exportación

3.36.1. Objetivos del estudio administrativo legal

- Establecer la organización técnica y administrativa de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito mediante la determinación de talento humano idóneo para el buen desempeño en mercado.
- Determinar el proceso jurídico y logístico necesario para la exportación de queso Andino Semi-maduro al mercado de New York-Estados Unidos

3.36.2. Aspectos administrativos

Durante la operación, la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito considerará los aspectos administrativos para lograr mayor efectividad en el aprovechamiento de los recursos de la empresa cuyos elementos aspectos administrativos son:

Planeación. Consiste en realizar una planificación pertinente estableciendo objetivos y metas como también un plan operativo.

Organización. La empresa establecerá políticas para el ordenamiento de los recursos, asignación de funciones y determinación de actividades.

Dirección. El personal de la empresa estará ligado al buen liderazgo, motivación, comunicación, relación interpersonal entre socios, clientes e empleados.

Control. Consiste en inspeccionar, verificar los procesos y resultados principalmente en áreas producción y ventas.

Evaluación. Mediante resultados obtenidos la empresa tomará decisiones y generará estrategias para seguir manteniendo en mercado y mejorando continuamente interna y externamente.

3.37. Organigrama de la empresa

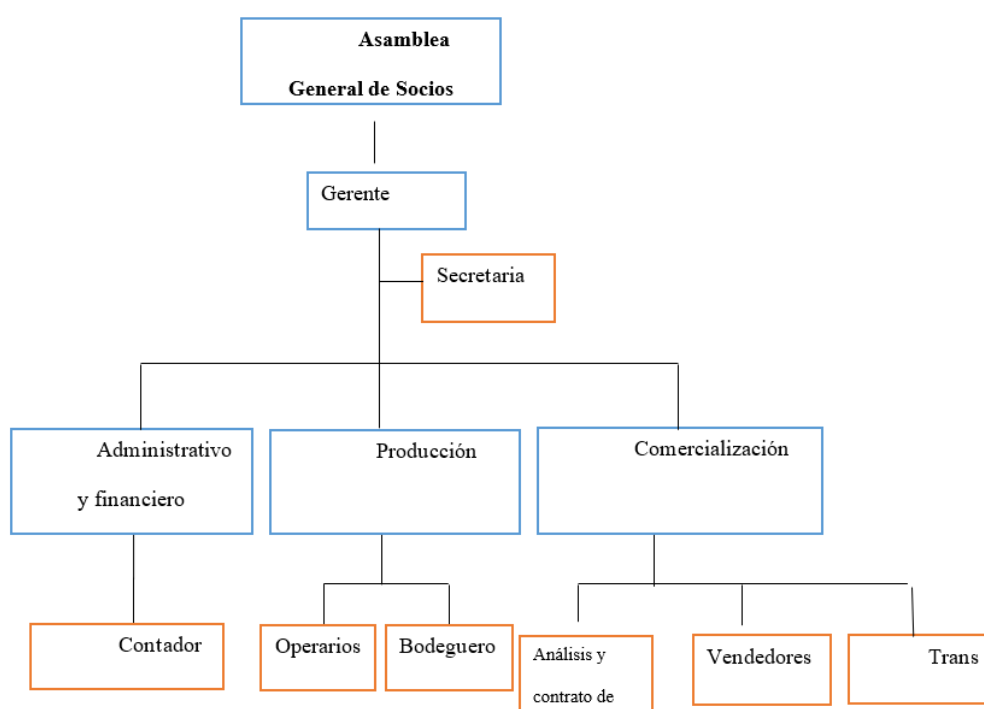


Gráfico 7-3. Organigrama de la empresa

Fuente: Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.37.1. Descripción de funciones

Cargo: Gerente:

Requisitos:

- Experiencia de 2 años en cargos de similar jerarquía en el área gerencial.
- Título profesional en Áreas de Administración de Empresas, Economía o Comercio Exterior.
- Poseer cualidades de liderazgo, habilidad para dirigir equipos de trabajo, habilidades de negociación, facilidad para establecer relaciones interpersonales .
- Funciones:
- Se encarga de la tomas de decisiones: lidera, dirige, controla y coordina los diferentes procesos en sus distintas áreas para el buen desempeño de la empresa.

Secretaria:

Requisitos

- Título en Secretaria ejecutiva
- Un año de experiencia en actividades a fines
- Poseer muy buenas relaciones humanas

Funciones

- Cumplir con el horario establecido
- Redactar informes, cartas y comunicaciones de la empresa.
- Despachar y descargar informes de los jefes departamentales, y manejar la base de datos de los clientes y proveedores.

CONTADOR:

Requisitos:

- Título de tercer nivel Universitario de Contador Público Autorizado CPA.
- Poseer cursos Aprobados dictados por la Contraloría, Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador o un Centro de Educación Superior.
- Poseer experiencia de 2 años en cargos similares.
- Dominar el 50% de idioma inglés.

Funciones:

- Cumplir con el horario asignado.

- Realizar estados financieros y contables de la empresa, entregar el debido reporte de los mismos a la gerencia general.
- Llevar un debido control tributario y de las obligaciones de la empresa que tiene con el Estado Ecuatoriano.
- Presentar los debidos estados financieros a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Vendedores

Requisitos:

- Cumplir con el horario establecido.
- Tener Título de Tercer nivel en Ingeniería en Marketing.
- Tener experiencia mínima de dos años en cargos similares.
- Poseer cursos de conocimiento de mercadotecnia y posicionamiento en el Mercado Internacional.
- Dominar el 75% del idioma Inglés.

Funciones:

- Dar a conocer el producto en el mercado nacional e internacional.
- Hacer que amplíen los canales de distribución y manejar buenas relaciones interpersonales promocionando por diferentes medios de comunicación de manera responsable.

Bodeguero:

Requisitos:

- Bachillerato Técnico en Cualquier especialidad que tenga habilidad y capacidad para organizar los activos de la empresa.
- Experiencia de 1 año en actividades similares.
- Acreditar certificados de honorabilidad.

Funciones:

- Cumplir con el horario asignado.
- Mantener el registro diario de inventariado de la mercadería mediante la utilización de las tarjetas Kárdex.
- Complementar con su trabajo de diferentes labores corrientes de la oficina con identificación plena de los objetivos que persigue la empresa.
- Maniobrar con cuidado los equipos e instrumentos de la planta a utilizarse.

Transportista:

Requisitos:

- Tener título de Bachiller.
- Tener licencia profesional.
- Tener experiencia de 2 años en cargos similares.
- Edad de 25 a 40 años.
- Tener conocimiento en la logística y transporte.

Funciones:

- Cumplir con el horario laboral asignado.
- Movilizar la carga del producto hacia el puerto de embarque y cumplimiento con el horario establecido.
- Realizar cargas y descargar del producto siguiendo las normas de seguridad establecida por la empresa.
- Verificar que la carga llegue en buen estado al destino, realizar reportes de ruta continuamente.

3.37.2. Aspecto legal de la empresa

- Estudio legal.- La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño se encuentra supervisado por la superintendencia de economía popular y solidaria y regida por las normas y leyes.

- Domicilio.- La empresa está ubicado en la provincia de Chimborazo, cantón Guamote, en la parroquia Cebadas, en las calles Tarqui y Sangay.
- Fin.- La empresa es creada para la producción, elaboración y comercialización de productos lácteos, además apoyar a los demás productores de la localidad en la comercialización de leche pagar precios justos y ser participe en el desarrollo económico de las familias de la.
- Conformación.- La empresa operara con la participación de las comunidades en conjunto con el GAD de la parroquia Cebadas y del cantón Guamote como también mediante la vinculación de los principales productores de la localidad aplicando la práctica de la económica popular y solidaria.
- Viabilidad legal.- Para el funcionamiento de la empresa se considera RUC de la Junta Parroquial de Cebadas bajo régimen manejo de proyectos productivos hasta que la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño comercializa sus productos lácteos.
- Misión propuesta.- La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeño es producir y proveer al mercado nacional e internacional del queso Andino Semi-maduro de alta calidad para el consumo a través de mejoramiento continuo de todos los procesos para lograr la más alta productividad sin descuidar el desarrollo sostenible y la conservación del ambiente.
- Visión propuesta.- Ser una empresa líder en producción y comercialización de queso Andino Semi- maduro en el mercado nacional e internacional con elevada ventaja competitiva en gestión y procesos, posicionándose como la empresa mejor calificada y más rentable del sector.

3.37.3. Instituciones relacionadas con el comercio internacional

En el país existen una serie de instituciones relacionada con la elaboración, producción y comercialización de queso andino semi-maduro en el mercado interno y externo que dan mayor facilidad para el desempeño legal de una empresa exportadora de dicho producto.

A continuación, se detallarán:

3.37.3.1. Ley economía popular y solidaria

Art.-24. Son organizaciones económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar, en forma conjunta, su

producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economías de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación.

3.37.3.2. *Constitución*

Art.-25.-Las asociaciones productivas o de servicios, adquirirán personalidad jurídica, mediante resolución emitida por el Instituto, luego de verificado el cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento de la presente ley y para ejercer los derechos y cumplir las obligaciones previstas en la misma, se registrarán en el Instituto y se someterán a la supervisión de la Superintendencia.

3.37.3.3. *Asociados y organización interna*

Art.-26.-Los requisitos para la admisión de asociados, así como sus derechos, obligaciones y las causas y procedimiento de sanciones; su forma de gobierno y administración interna, constarán en el estatuto de cada organización, que contemplará la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad interna; un órgano directivo; un órgano de control social interno; y, un administrador, que tendrá la representación legal, todos ellos elegidos por mayoría absoluta de sus asociados, en votación secreta y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

3.37.3.4. *Constitución de la República del Ecuador*

Ecuador al ser exportador de productos tradicionales y no tradicionales busca transformar su oferta industrializando sus productos y dándole valor agregado basándose en los fines de la política comercial planteados en la Constitución de la República basando en los siguientes Artículos:

Art. 305.- La creación de aranceles y la fijación de sus niveles son competencia exclusiva de la Función Ejecutiva.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se

sujetar a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

3.37.4. PNBV

3.37.4.1. Objetivo 10

Impulsar la transformación de la matriz productiva

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentable y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen.

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

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

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

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

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

3.37.4.2. Ley de régimen tributario interno

Art. 57.- Crédito tributario por exportación de bienes. - Las personas naturales y sociedades exportadoras que hayan pagado y retenido el IVA en la adquisición de bienes que exporten tienen derecho a crédito tributario por dichos pagos. Igual derecho tendrán por el impuesto pagado en la adquisición de materias primas, insumos y servicios utilizados en los productos elaborados y exportados por el fabricante. Una vez realizada la exportación, el contribuyente solicitará al Servicio de Rentas Internas la devolución correspondiente acompañando copia de los respectivos documentos de exportación.

3.37.4.3. Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

El Ministerio de Industrias y Productividad es la institución pública que apoya en la definición y ejecución de políticas industriales y artesanales para el desarrollo productivo integral, cuya finalidad es impulsar, facilitar la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con valor agregado y de calidad, en armonía con el ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.

3.37.4.4. *Ministerio del Ambiente (MAE)*

Es el organismo de estado encargado de diseñar políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Propone y define las normas para conseguir la calidad ambiental, con un desarrollo basado en la conservación y el uso apropiado de la biodiversidad y los recursos con la cuenta el Ecuador. Desde una visión solidaria con los pobladores y su ambiente, impulsa la participación de todos los actores sociales en la gestión ambiental a través del trabajo coordinado. De esta manera contribuye a consolidar la capacidad tanto del Estado como de los gobiernos seccionales para el manejo democrático. Hay que considera los siguientes objetivos que persigue el MAE:

- Conservar y utilizar sustentablemente la Biodiversidad, respetando la multiculturalidad y los conocimientos ancestrales.
- Prevenir la contaminación, mantener y recuperar la calidad ambiental.
- Mantener y mejorar la cantidad y calidad de agua, manejando sustentablemente las cuencas hidrográficas.

3.37.4.5. *Instituto de promoción de exportaciones e inversiones (PRO ECUADOR)*

Es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores de Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el Comercio Internacional.

Cuenta con una amplia red de oficinas:

- 6 oficinas nacionales encargadas de ver las necesidades del territorio y mantener el constante contacto con los productores y exportadores nacionales.

- 29 oficinas internacionales y 1 agregaduría comercial, enfocadas en la investigación, negociación y apertura de mercados que beneficien al Ecuador.

3.37.4.6. *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)*

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador es una entidad estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio, cuya misión es impulsar el Buen Vivir de la sociedad ecuatoriana, a través de un control eficiente al Comercio Exterior que promueva una competencia justa en los sectores económicos; teniendo como base un Recurso Humano honesto y productivo, una tecnología adecuada y un enfoque a la mejora permanente de nuestro país.

3.37.4.7. *Ministerio de Comercio exterior*

Es el ente rector de la Política de Comercio Exterior e Inversiones, que propicia, de manera estratégica y soberana la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, que contribuya a la integración Latinoamericana y apoye a cambio de la matriz productiva, mediante la formulación, planificación, dirección gestión y coordinación de la política de comercio exterior, la promoción comercial, la atracción de inversiones. Las negociaciones comerciales bilaterales, la regulación de importaciones y sustitución selectiva y estratégica de importaciones, con el propósito de contribuir el desarrollo económico y social del país.

3.38. Aspecto legal para exportación

3.38.1. Normativas y leyes relacionadas al proyecto

Las normativas relacionadas con el proyecto son:

- Constitución de la República del Ecuador
- Código Orgánico de la Producción Comercio E inversiones (COPCI)
- Reglamento al COPCI
- Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017

3.38.2. Medidas arancelarias

Son dos las instituciones que intervienen directamente en la importación de mercancías en Estados Unidos. La United States International Trade Commission (USITC), es la entidad que se encarga de la publicación oficial del Arancel Armonizado de los Estados Unidos, conocido como HTSUS, por su parte la Aduana Estadounidense (U.S. Customs and Border Protection - CBP), es la encargada de administrar los regímenes arancelarios y de procesar las declaraciones de importación en el país.

Cabe señalar que los derechos aduaneros son establecidos por el Congreso y son vigentes en todo el territorio estadounidense, sin distinción alguna entre los propios estados de la unión americana.

El HTSUS contiene principalmente las categorías estadísticas para el tratamiento de cada mercancía en Estados Unidos, así como los derechos arancelarios que le corresponda (ya sean los generales o especiales). Este sistema se construye teniendo como base el Sistema Armonizado Internacional (HTS) dispuesto a 6 dígitos, a los cuáles se le agrega 2 dígitos adicionales para mayores detalles y otros 2 más para registros estadísticos. En Estados Unidos los aranceles son calculados sobre el valor FOB.

3.38.3. Barreras no arancelarias

El trámite normal aduanero en Estados Unidos es muy riguroso; a pesar de ello, gracias a los sistemas informáticos implementados en el país, el tiempo promedio en el que un producto puede llegar a ser liberado por la Aduana Americana es de un día. Para ello, es siempre importante el contar con un agente de aduana en el puerto de entrada, que el empaque y embalaje sean los correctos, y que los respectivos documentos hayan sido completados y entregados a tiempo. De acuerdo al tipo de producto que se desee ingresar a Estados Unidos, existen permisos o certificaciones especiales que son emitidas por la aduana y entidades reguladoras especiales:

Agencia de Protección Ambiental (EPA): Químicos, aerosoles, desinfectantes, productos de limpieza, pinturas, plaguicidas, funguicidas, herbicidas, sustancias tóxicas. - Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA): Cosméticos de todo tipo, medicamentos sin receta, píldoras, productos homeopáticos o naturistas, drogas para medicamentos y derivados y su materia prima, leche, crema, nata, queso y derivados del queso, alimentos enlatados, envasados y empaquetados.

3.38.4. Documentos de revisión

Reporte de Revisión: Algunos países requerirán de un reporte de revisión llevarse a cabo antes de que sus mercancías salen de su lugar de envío, y un informe preparado por un inspector profesional.

Normas de importación del país de destino podrá exigir a los informes de inspección llevarse a cabo antes de que sus mercancías salen de su lugar de envío, y un informe preparado por un inspector profesional.

Documentos: envíos temporales

ATA CARNET/ Certificado temporal de Envío. Un ATA Carnet "pasaporte para mercancías" es un documento que facilita la importación temporal de productos en países extranjeros mediante la eliminación de los aranceles y los impuestos al valor agregado (IVA) o el depósito de una fianza de rigor en el momento de la importación.

3.38.5. Certificado de registración

Se utiliza para los envíos que salen temporalmente de Estados Unidos con el fin de evitar los derechos a su regreso. El valor de las mejoras o reparaciones realizadas en el extranjero están sujetos a derechos. Para más información sobre cómo exportar le recomendamos leer en nuestro sitio la guía para exportar.

Declaración de Exportación del Remitente o SED y Sistema Automatizado de Exportación (AES, siglas en inglés). El SED es un documento de exportación USG presentado a EE.UU. Aduanas y Protección de Fronteras (CBP) de casi todos los envíos de exportación de mercancías de los EE.UU. Este documento polivalente reunió información en estadística de exportación para EE.UU. Inmigración y Control de Aduanas. Cada SED fue revisado por encima de las agencias de exportación aplicables de conformidad para violaciones de exportación por lo tanto es crítico rellenar la declaración de control de exportaciones correctamente. El llenado electrónico de la fecha a través del Sistema Automatizado de Exportación relleno es ahora la norma, aunque puede ser presentada por un promotor de la carga o de otra parte, en nombre del expedidor. La información presentada a través de AES se llama Información Electrónica de Exportación. El papel de llenado de información SED en forma 7525 ya no se permite.

3.38.6. Los requerimientos del sistema automatizado de exportación

3.38.6.1. Generalmente ese llenado necesita lo siguiente:

Cualquier exportación que contenga uno o comodidades simples, clasificada de acuerdo a la Lista B en el campo Número 22, que está valorado en más de \$ 2500 (Excepto en Canadá). Cualquier exportación que contenga una licencia de exportación (incluyendo a Canadá). Todas las exportaciones a los países enumerados en 15 CFR 740 Suplemento 1 E grupo de países: 1 y enumerados en 15 CFR 30.55. Cualquier exportación sujeta al ITAR en una factura comercial se parece mucho a una factura de cualquier vendedor, la puede proporcionar a un comprador nacional. Sin embargo, una factura comercial es utilizada para la información de una factura de venta.

3.38.6.2. Suministro de información correcta

El suministro de la información correcta es esencial para el orden sin manejar problemas. Tenemos que: Gestionar adecuadamente los controles de exportación que salen de los E.U., Correctamente presentar documentos precisos y necesarios para el despacho de importación en destino.

- Correctamente encaminar el envío a su destino.

Asegúrese de que los documentos comerciales- factura y otros se hacen correctamente para que su empresa se pague en su totalidad ya tiempo.

3.38.7. Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Es recomendable antes de realizar las etiquetas, el exportador en nuestro caso la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito debe estar al tanto de las principales regulaciones específicas que el mercado de destino establece para el producto.

Los principales organismos que se encargan de la supervisión, normalización y control de los mismos son el Instituto Nacional de Estándares (ANSI) y la Administración de Alimentos y Medicamentos Estadounidense (FDA). Aunado a ello, para el caso de todos los productos que se venden en los Estados Unidos se deben cumplir las reglamentaciones impuestas por la Comisión de Seguridad de Productos de Consumo, entre las que destaca que se requiere una certificación de cumplimiento de un fabricante o compañía importadora de Estados Unidos para comercializar los productos sujetos a las normas de seguridad de la Ley de Seguridad de Productos de Consumo.

3.38.7.1. *Existen diferentes directrices en materia de etiquetado para cada tipo de producto*

Las últimas tendencias en el mercado americano señalan que los consumidores demandan de nuevos desarrollos en materiales de empaque y embalaje de menos peso, más económicos, con propiedades de permeabilidad y resistencia a diferentes rangos de temperatura, que satisfagan sus necesidades y expectativas además de preservar la calidad de los productos.

3.38.7.2. *Certificaciones*

En Estados Unidos, el comprador exige al importador un Certificado de Sanidad Exterior, documento que se solicita para las condiciones sanitarias del producto, este certificado debe ser expedido por el país de origen, en el caso del proyecto el Ecuador, por otro lado, también para que el producto tenga mayor ventaja competitiva para los consumidores americanos es necesario contar con un certificado de carácter internacional por lo tanto se ha considerado lo siguiente.

3.38.7.3. *HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points)*



Figura 15-3. HACCP

Fuente: PRO ECUADOR, Guía de Certificaciones Internacionales

Realizado por: Herminia Amarilis Romero
Heredia

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

3.38.7.4. *USDA – Organic Certification*



Figura 16-3. USDA

Fuente: PRO ECUADOR, Guía de Certificaciones Internacionales

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

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

3.38.8. *Aduanas*

Régimen aduanero

La exportación se realizará bajo el régimen de exportación definitiva una vez cumplida con todos los requerimientos de las normas tanto del Ecuador como de Estados Unidos, para cumplir con este requerimiento la mercancía será objeto de una Declaración Aduanera de Exportación efectuada por el SENAÉ.

3.38.8.1. *Incoterms a utilizar*

Para este proyecto como la mayoría de las exportaciones ecuatorianas hacia Estados Unidos el Incoterm a emplearse es el término FOB, este Incoterm pertenece al grupo F entrega indirecta sin pago del transporte principal.

En sus siglas en inglés Free on Board (franco a bordo) puerto de carga convenido donde la empresa entregará las mercancías sobre el buque apoyando al comprador en contratar el transporte por transitorio por un consignatario, pero el costo de transporte internacional lo asume el importador de New York – Estados Unidos.

Obligaciones de la empresa:

- Entregar la mercancía al bordo del buque en el puerto de embarque
- Efectuar el despacho de exportación de la mercancía

Obligaciones del comprador:

- Designar y reservar el buque
- Correr con los gastos y riesgos inherentes a la mercancía desde que traspasa la borda del buque.

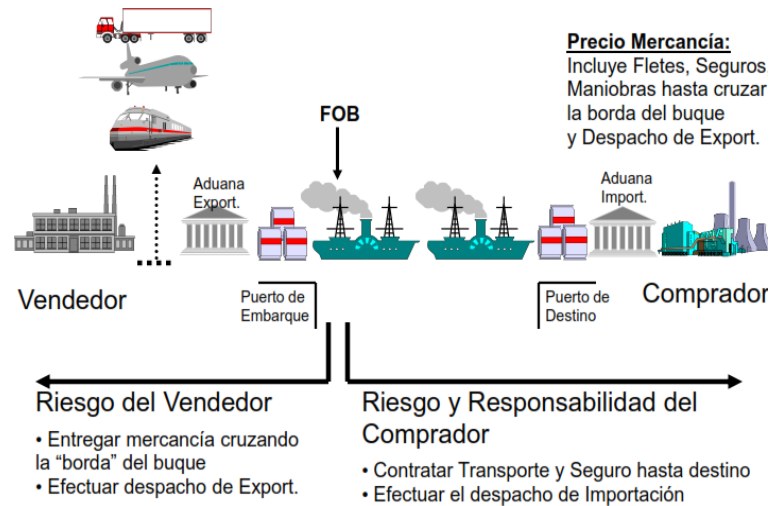


Figura 17-3. FOB franco abordo

Fuente: SENAE

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.38.8.2. Trámites de exportación y gastos exigidos

Como documentos básicos necesarios para realizar la exportación a cualquier parte del mundo de acuerdo a la legislación aduanera ecuatoriana son los siguientes.

Tabla 32-3: Documentos para exportación

DOCUMENTOS PARA EXPORTAR
Registrarse como Exportador en la página Web del Servicio Nacional de Adunas del Ecuador
Ruc del exportador
Factura Comercial autorizado por el Servicio de Rentas Internas (SRI)

Certificado de origen
Autorizaciones previas que depende del producto (cuando el caso lo amerita)
Listas de empaque (paking lista)
Llenar la declaración aduanera de exportación
Documentos de transporte

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.38.8.3. *Registro del exportador:*

Una vez gestionado el Ruc en el Servicio de Rentas Internas se deberá

Proceso 1

Adquirir el certificado digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco central del Ecuador
- Security data 4.4.7.12

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPAS aquí se pondrá:

- Actualizar la base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar su firma electrónica

3.38.8.4. *Procesos de exportación*

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema de Ecuapas, la misma que podrá ser acompañada ante una factura o proforma y con documentación en la que se encuentra previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el servicio nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignaran en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancías por ítem de factura.
- Datos de Consignante
- Destino de la carga.
- Cantidades.
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través de ECUAPAS son:

- Factura comercial original.
- Autorización previa (cuando el caso lo amerite)
- Certificado de origen electrónico (cuando el caso lo amerite)
- Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a la zona primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.
- Realizar el aforo documental, físico o automático

3.38.8.5. *Logística de exportación y gastos exigidos*

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

El sistema portuario del Ecuador compuesto por siete puertos estatales y diez muelles privados especializados en carga general, considerando así para el proyecto el puerto de Guayaquil como el principal para el Comercio Exterior que representa el 70% para viajes internacionales con una infraestructura adecuada y con todos los servicios requeridos por las naves y las mercancías de carga seca o refrigerada a través de operadores privados de alta especialización que, bajo la supervisión de la Autoridad Portuaria, actúa en libre competencia para satisfacer los requerimientos de los usuarios, logrando alta eficiencia y reducción de costos; sin embargo cuando la infraestructura esté terminado por completo también se considerará el Puerto de Manta. New York - Estados Unidos cuenta con un excelente acceso al mar, sus costas albergan alrededor de 53 puertos marítimos, siendo los principales: New York, Rockaway y Sandy Hook, Long Island Sound, al noroeste del puerto de Newark y al norte hasta el puente George Washington.

Para el proyecto conviene tomar en cuenta el Puerto marítimo de New York que está bajo la administración el Departamento de Policía de la Autoridad Portuaria de Nueva York y Nueva Jersey (Port Authority of New York and New Jersey Police Department), Vanciaport que es considerado como el puerto comercial líder del Mediterráneo occidental en términos de mercancías por contenedores de cualquier tipo de carga. El Departamento de Policía de la Autoridad Portuaria de Nueva York y Nueva Jersey (Port Authority of New York and New Jersey Police Department), es el primer puerto comercial de New York y se encuentra entre los diez primeros puertos de Estados Unidos y los cincuenta puertos del mundo en el movimiento de contenedores.

Servicios navieros

Desde el puerto de Guayaquil varias operadoras ofrecen el servicio de flete marítimo, el tiempo de tránsito para arribar a New York – Estados Unidos es alrededor de 26 días, cuyo costo de flete internacional para un contenedor refrigerado de 40” bordea alrededor de USD 6500 sujeto a negociaciones y especificaciones mientras que un contenedor del 20” estaría bordeando alrededor de USD 2.300 dólares.

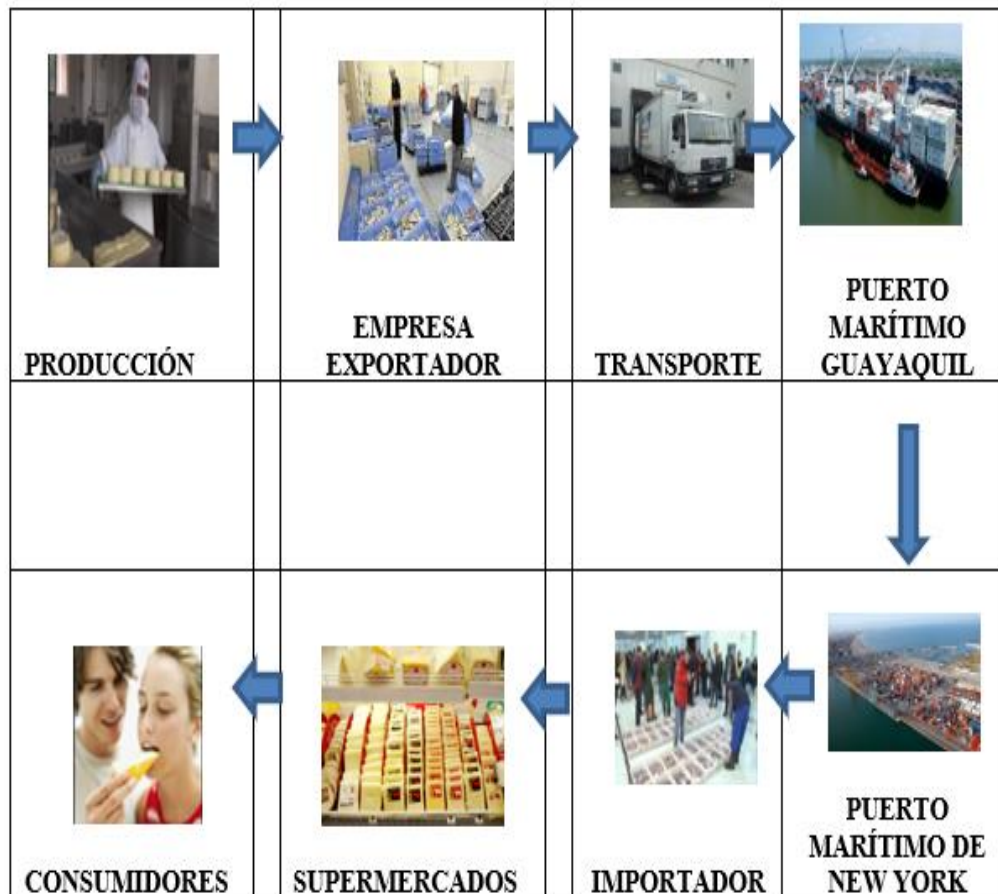


Figura 18-3. Logística y transporte

Fuente: PROECUADOR, Perfil logístico

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.38.8.6. Medios de pago

La carta de crédito es la forma de pago más segura y recomendable para el nuevo exportador como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

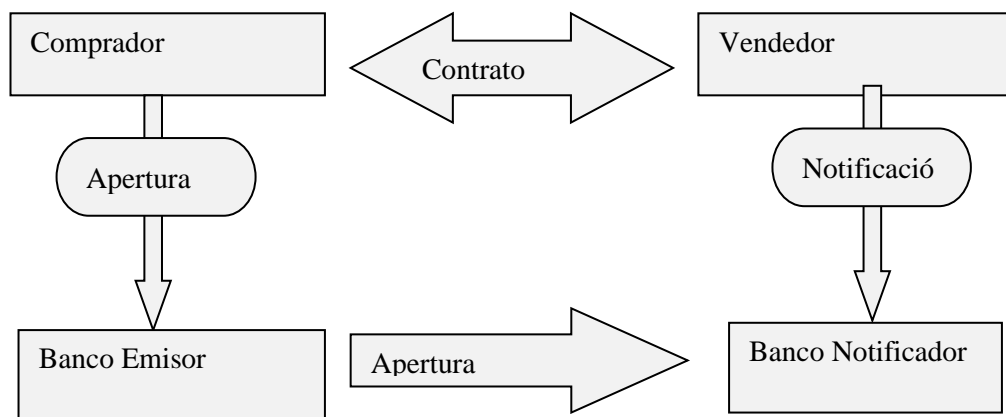


Gráfico 8-3. Medios de pago

Fuente: PRO-ECUADOR. Guía del Exportador

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

El medio de pago factible para este proyecto es la Carta de Crédito o Crédito Documentario que es considerado como uno de los medios de Pago o Cobro más privilegiado para operaciones internacionales de mercancías, no solo por la seguridad que ofrece, sino porque mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes que interviene en la compra-venta internacional.

La Carta de Crédito, constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. Este método de pago se considera de bajo riesgo porque el banco expedidor tiene la obligación legal de pagar, siempre y cuando se presenten todos los pagos requeridos y todos los términos estipulados en el contrato.

3.38.9. Costos de exportación

Costos de exportación para un contenedor de 20', para minimizar los costos de transporte internacional el importador lo puede considerar a través de la modalidad de transporte marítimo en carga consolidada de 3.000 Kg mensuales aproximadamente de queso Andino Semi-maduro.

Tabla 33-3. Costo de exportación

DESCRIPCIÓN	COSTO UNIT.	KILOS	COSTO TOTAL
Gastos indirectos de fabricación	0,03		260,97
(+) Insumos	0,04		387,02
(+) Materia prima queso por Kg	7,30		21.900,00
(+) Mano de obra	0,03		365,99
(=)COSTO DE PRODUCCIÓN	7,40		22.913,98
(+)Utilidad del 25%	1,85		5.728.495
(=) EXW	9,25	3.000,00	28.642,47
(+) transporte interno Cebadas – Guayaquil	0,01		100,00
(+) Seguro interno a – Guayaquil (1%)	0,09		286,42
(+) Trámite de aduana DAE	0,01		50,00
(+) Inspección y manipulación estibas y desestiba	0,01		100,00
(+) Trámite certificado de origen	0,01		100,00
(+) Agente Aduanero	0,01		100,00
(=) FOB	9,39		29.378,56
(+) Flete internacional Guayaquil - puerto de New York - Estados Unidos (0,32/kg)	0,031		960,00
(+) Seguro internacional (2%)	0,18		587,57
(=) CIF	9,60		30.296,13
(+) Estiba y almacenamiento (0,02/Kg)	0,02		60,00
(+) Gasto aduaneros	0,01		80,00
(+) Flete puerto de New York -bodega del comprador ciudad New York	0,01		100,0
(+) Seguro Interno Puerto de New York -bodega del comprador ciudad New York 0,01% de CIF	0,01		3,11
(=) DDP	9,65		30.536,13
(+) UTILIDAD DEL IMPORTADOR (25%)	2,41		7.634,03
TOTAL ANTES DE IMPUESTOS	12,06		38.170,16
(+) IMPUESTOS LOCALES (1%)	0,12		381,70
COSTO TOTAL DE IMPORTACIÓN	12,18		39.551,86
PRECIO FINAL CONSUMIDOR POR Kg.– PVP DÓLARES			12,18

Fuente: PRO-ECUADOR. Guía del Exportador

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

El costo Precio de Venta Unitario considerado en el mercado de New York -Estados Unidos, después de estimar los cálculos aproximados para una exportación se obtiene un valor de USD 12,18 por Kilogramo.

3.39. Estudio económico financiero

El estudio del proyecto es que refleja el financiamiento de todo lo que se determinó en el estudio técnico, para determinar los costos de cada requerimiento y cuantificarlas para la futura inversión.

3.39.1. *Objetivos del estudio económico-financiero*

- Establecer la cantidad o valor necesario para el desarrollo de las actividades de la empresa y la puesta en marcha del proyecto en la compra de activos fijos, gastos pre operativos y capital de trabajo en un periodo de tiempo.
- Determinar la forma de financiamiento más conveniente para la empresa ya sea por medio de fuentes internas o externas.

3.39.2. *Plan de inversiones*

El plan de inversiones para el proyecto es considerado aquellos recursos que se designara a distintas áreas de la empresa es decir realizar un presupuesto para las adquisiciones de activos fijos tangibles, activos fijos intangible y capital de trabajo que se necesitará para la ejecución del proyecto.

3.39.3. *Análisis de los cotos unitarios*

Tabla 34-3: Maquinarias

Cantidad	Rubro	Valor Unitario	Valor Total
1	Balanza analítica	980,00	980,00
1	Prensa para queso Andino PRENS Q 18	1700,00	1.700,00
1	Envasadora al vacio vac - dz – 300	2.200,00	2.200,00
1	Cámara de maduración	2.000,00	2.000,00
TOTAL			6.880,00

Fuente: Tabla N°. 31

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 35-3: Muebles y enseres

Cantidad	Rubro	Valor Unitario	Valor Total
2	Archivadores	250	500,00
1	Escritorio Magistral	100	100,00
TOTAL			600,00

Fuente: Tabla N°. 27

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 36-3: Equipos de oficina

Cantidad	Rubro	Valor Unitario	Valor Total
1	Teléfono	60	60,00
1	Equipo de sonido	240	240,00
TOTAL			400,00

Fuente: Tabla N.º 30

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 37-3: Equipos de computación

Cantidad	Rubro	Valor Unitario	Valor Total
1	Computadoras	650,00	650,00
1	Impresora multifuncional	350,00	350,00
TOTAL			1.000,00

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 38-3: Materia prima

CANT. KILOS	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
36,000.00	Queso andino semi-maduro	7,30	262.800,00
TOTAL			262.800,00

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 39-3: Insumos o materia prima indirecta

Cantidad	Rubro	Valor Unitario	Valor Total Anual	Valor mensual
300	Paquetes de Etiquetas que contiene (200 unidades)	1,50	450,00	37,50
2.400	Cajas de plástico	1,00	2.400,00	200
35	Conservante natural. Lizosima	23,60	826,00	68,83
360	Fundas para Envasado (paquetes de 100 unidades)	2,40	864,00	72
6	Botas de caucho pares	12,00	72,00	6
6	Mandiles	4,00	24,00	2
4	Cinta de Embalajes (rollos)	2,20	8,80	0,733
TOTAL			4.644,80	387,06

Fuente: Tabla N.º.26

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 40-3: Vehículos

Cantidad	Rubro	Valor Unitario	Valor Total
1	Camión Hino Dutro 2016 para carga refrigerada	19.000,00	19.000,00
TOTAL		19.000,00	

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 41-3: Suministros de oficina

Cantidad	Rubro	Valor Unitario	Valor mensual	Valor Anual
10	Lápices	0,20	2,00	24,00
10	Bolígrafos	0,35	3,50	42,00
2	Factureros	7,00	14,00	168,00
2	Carpetas	1,40	2,80	33,60
2	Cuadernos Universitarios	1,00	2,00	24,00
2	Resma de Papel	1,25	2,50	30,00
TOTAL		26,80	321,60	

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 42-3: Herramientas

Cantidad	Rubro	Valor Unitario	Valor Total
1200	Moldes para del queso	0,75	900
8	Recipientes	2,30	18,40
8	Bandejas	1,30	10,40
3	Pallets para paletizado de cajas	35,00	105,00
TOTAL			1.033,80

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 43-3: Gastos indirectos de fabricación

Rubro	Valor Mensual	Valor Total
Luz	30	360,0
Mantenimiento de infraestructura	80	960,00
Mantenimiento de equipos y maquinaria	100	1.200,00
Servicios telefónicos e internet	25	300,0
Agua	26	312,0
TOTAL	261,00	3.132,00

Fuente: Planillas EERSA, CNT y Observación directa

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 44-3: Gastos de exportación

Rubro	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Transporte interno	100	1.200,00
286,42		3.437,04
Documentos de exportación	100	1.200,00
Agente Afianzado	80	960,00
Inspección y manipulación estiba, desestiba y almacenaje	100	1.200,00
Gastos de Promoción y publicidad	45	540
Gastos de viáticos	30	360
TOTAL	741,42	8.897,04

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 45-3: Gastos sueldos

Cantidad	Rubro	Valor Unitario mensual	Valor Mensual Total	Valor Anual Total
	Administrativo		1.020,00	12.240,00
1	Gerente	630,0	630,0	7.560,00
1	Contador	390,0	390,0	4.680,00
	Producción		366,0	4.392,00
1	Operadores de producción	366,0	366,0	4.392,00
	Ventas –Exportación		766,00	9.192,00
1	Profesionales de ventas	400,0	400,0	4.800,00
1	Transportista	366,0	366,0	4.392,00
	TOTAL	2.152,00	25.824,00	

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.39.4. Ingresos

La tasa de crecimiento poblacional del año 2016 es el 0.64% que se toma como referencia para el cálculo de las proyecciones en ventas, se toma este dato el mercado objetivo proyecto es New York -Estados Unidos y los ingresos por ventas depende de este mercado, por lo tanto, influye en la recuperación de los costos del proyecto.

Tabla 46-4: Flujo de ventas anuales

AÑO	COSTO UNITARIO	PRODUCCIÓN ANUAL /KG	VALOR TOTAL
2016	9,39	36,000.00	338.040,00
2017	9,44	36,230.40	342.014,97
2018	9,54	36,462.27	347.850,05
2019	9,71	36,695.62	356.314,47
2020	9,93	36,930.47	366.719,56

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.39.5. Egresos

3.39.5.1. Costos unitarios proyectados con la inflación de 3.4%

Costos unitarios proyectados con la tasa de inflación de Ecuador que es 3.40% en el año 2016 va a ser similar porque con este porcentaje se fijó el salario básico para este año según los datos del banco central del Ecuador, se toma este porcentaje porque todos los costos por adquisiciones o compras para el proyecto se llevará a cabo en el Ecuador.

Tabla 47-3: Proyección materia prima

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL/Kg	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2016	36,000.00	7,30	262,400.00

2017	36,230.00	7,54	273,174.20
2018	36,462.00	7,79	284,038.98
2019	36,696,00	8,05	295,402.80
2020	36,931,00	8,32	307,265.92

Fuente: BCE

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 48-3: Proyección Insumos

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL /Kg	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2016	36,000.00	0,03	4.644,80
2017	36,230.40	0,03	4.784,14
2018	36,462.27	0,04	4.975,50
2019	36,695.62	0,04	5.174,52
2020	36,930.47	0,04	5.381,50

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 49-3: Proyección Mano de obra

AÑO	COSTO MENSUAL	VALOR TOTAL
2016	366,00	4.392,00
2017	378,44	4.541,28
2018	391,30	4.695,60
2019	404,60	4.855,20
2020	418,35	5.020,20

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Se estima los salarios que se pagarán a los operarios quienes son los que van a estar directamente vinculados con la producción y procesamiento del queso andino Semi-maduro.

Tabla 50-3: Proyección Gastos de exportación

AÑO	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
2016	741,42	8.897,04
2017	766,62	9.199,53
2018	792,68	9.512,31
2019	819,63	9.835,72
2020	847,49	10.170,13

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 51-4: Proyección Gastos indirectos de fabricación

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL /Kg	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2016	36,000.00	0,06	3,132.00
2017	36,230.40	0,06	3.319,92
2018	36,462.27	0,06	3.519,11
2019	36,695.62	0,06	3.730,26
2020	36,930.47	0,07	3.991,37

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 52-3: Proyección Suministros de oficina

AÑO	VALOR TOTAL
2016	321,60
2017	332,53
2018	343,83
2019	355,52
2020	379,60

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 53-3: Calculo de depreciaciones

DETALLE	VALOR BIEN	DEL	AÑOS	%	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria	6.880,00		10	10	688,00
Vehículo	18.000,00		5	20	900,00
Muebles de oficina	600,00		10	10	60,00
Equipo de cómputo	1.000,00		3	33,33	30,00
Herramientas	1.033,80		10	10	103,38
Equipos de oficina	400,00		10	10	40,00
TOTAL					1.821,38

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 54-3: Calculo de amortizaciones de activos intangibles

DETALLE	VALOR BIEN	DEL	AÑOS	%	DEPRECIACIÓN ANUAL
INVERSION FIJA INTANGIBLE	7.000,00		10	10	700,00
TOTAL					700,00

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.39.6. Costo del proyecto

3.39.6.1. Inversión fija intangible

Para el proyecto se ha considerado los rubros que no tienen existencia física, es decir, todos los gastos que realizan en la fase pre operativo el proyecto, estos rubros están sujetos a amortizaciones.

Tabla 55-3: Inversión fija intangible

RUBRO	VALOR
Estudios y proyectos de ingeniería	2.400,00
Gastos de capacitación al personal	1.000,00
Gastos de Puesta en Marcha del Proyecto	2.000,00
Software	1.600,00

TOTAL	7.000,00
-------	----------

Fuente: Observación Directa

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.39.6.2. *Inversión fija tangible*

La inversión fija tangible considerado los bienes que tienen larga duración que serán adquiridos como propiedad de la empresa para realizar sus actividades económicas. Para este proyecto se toman en cuenta las siguientes inversiones.

Tabla 56-3: Inversión fija tangible

RUBRO	VALOR
Maquinaria	6.880,00
Vehículo	18.000,00
Muebles de oficina	600,00
Equipo de cómputo	1.000,00
Equipos de oficina	400,00
Herramientas	1.033,80
TOTAL	27.913,80

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.39.6.3. *Capital de trabajo*

El capital de trabajo se destina para el inicio de las operaciones dirigido a la compra de materia prima y materiales, así como el pago de gastos inmediatos de la operación que debe realizar el inversionista hasta que los ingresos generados por el propio proyecto cubran los gastos de operación, durante un ciclo productivo de acuerdo al tamaño y capacidad de la empresa. El capital de trabajo del proyecto está fijado para 30 días, que son los necesarios para la operación inicial del proyecto, hasta recibir el pago por la primera venta y poder contar con nuevos recursos, además este rubro pasa a formar parte de las inversiones como un activo corriente.

Tabla 57-3: Capital de trabajo

RUBRO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Costos		22.548,06
Materia prima directa (Queso)	21.900,00	
Materia prima Indirecta	387,06	
Gastos Indirectos de Fabricación	261,00	
Gastos de administración		1.046,80
Sueldos	1.020,00	

Suministro de oficina	26,80	
Gastos de Producción		366,00
Sueldos	366,00	
Gastos de Ventas-Exportación		1.507,42
Sueldos	766,00	
Gastos de Exportación	741,42	
= CAPITAL DE TRABAJO		25.468,28

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

Tabla 58-3: Inversión total del proyecto

RUBRO	VALOR
INVERSION FIJA TANGIBLE	27.913,80
INVERSION FIJA INTANGIBLE	7.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	25.468,28
TOTAL, INVERSIÓN	60.382,08

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.40. Estados financieros

3.40.1. Estado de situación inicial

El estado de situación inicial se lo realiza al inicio del periodo contable donde se detalla las cantidades invertidos al inicio de la actividad económica.

ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRÍCOLAS AUTÓNOMOS CEBADENITO

BALANCE INICIAL

ENERO DEL 2016

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

CAJA 3,541.48

Inventario inicial de Materia Prima 21.900,00

Suministros de oficina 26,80

ACTIVOS FIJOS

Maquinaria

6.880,00

Vehículo

18.000,00

Muebles de Oficina

600,00

Equipo de cómputo

1.000,00

Equipos de oficina

400,00

Herramientas

1.033,80

ACTIVOS INTANGIBLE

Activos Fijos Intangible

7.000,00

60.382,08

TOTAL, ACTIVO

GERENTE

PASIVO

PASIVO CORRIENTE

PROVEEDORES

0,00

OTROS

0,00

PASIVOS

TOTAL

PASIVO

0,00

PATRIMONIO

CAPITAL SOCIAL

60.382,08

TOTAL, PATRIMONIO

60.382,8

TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO

60.382,08

CONTADOR

3.40.1.1. *Balance general*

Presenta información útil para la toma de decisiones en cuanto a la inversión y el financiamiento, el Balance General muestra el monto del activo, pasivo y capital contable en una fecha específica, es decir, se presenta los recursos con que cuenta la empresa, lo que debe a sus acreedores y el capital aportado por los dueños (Cuajardo Canto Gerardo y Mora E. Andrade de Cuajardo, 2008).

ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRÍCOLAS AUTÓNOMOS CEBADENITO
BALANCE GENERAL

AÑO 2016

ACTIVO			PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE	
CAJA			PROVEEDORES 25% del Inv. M. Prima	65.700
	3,5418			
Inventario de Materia Prima		262.80	OTROS PASIVOS	
Suministros de oficina		321,60	Impuesto a la Renta	5.5914
			Participación a los trabajadores	4.484,7
NO CORRIENTE				
Maquinaria	6.8800	6.1920		
(-) Depreciación Acumulada Maquinaria	688,0		TOTAL PASIVO	75.771
Vehículo	18,00	17.100		
(-) Depreciación Acumulada Vehículo	900,00		PATRIMONIO	
			CAPITAL SOCIAL	203.456,14
Muebles de Oficina	600,00	540,00	Utilidad del Ejercicio	17.840,86
(-) Depreciación Acumulada Muebles de Oficina	60,00		Reservas	1.982,31
Equipo de cómputo	1.000,00	970,00	TOTAL PATRIMONIO	223.279,31
(-) Depreciación Acumulada Equipo de Cómputo	30,00			
Equipos de oficina	400,00	360,00		
(-) Depreciación Acumulada Equipos de Oficina	40,00			
Herramientas	1.033,60	930,24		
(-) Depreciación Acumulada Herramientas	103,36			
ACTIVOS INTANGIBLE				
Activos Fijos Intangible	7,000,00	6.300,00		
(-) Amortización Acumulada	700,00			
TOTAL ACTIVO		299.055,32	TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	299.890,32
			CONTADOR	
GERENTE				

3.40.1.2. *Estado de Resultados*

Informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado que es el producto de la gestión acertada o desacertada de la Dirección, o sea de manejo adecuado o no de los recurso por parte de la gerencia (Zapata, Sánchez Pedro, 2011).

ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRÍCOLAS AUTÓNOMOS CEBADENITO		
ESTADO DE RESULTADOS		
AÑO 2016		
INGRESOS OPERACIONALES		
VENTAS NETAS		338.040,00
(-)COSTOS DE PRODUCCIÓN		274.968,80
	262.800	
Materia prima		
Mano de obra producción	4,392,00	
Insumos	4.644,80	
Gastos indirectos de fabricación		
	3,132,00	
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		63.071,20
(-) GASTOS DE EXPORTACIÓN		18.089,04
Gastos de Ventas-Exportación	18.089,04	
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS		44.982,16
(-) GASTOS DE OPERACIONALES		15.082,98
Gastos administrativos	12.561,60	
Gastos de depreciaciones	1.821,38	
Gastos de amortizaciones	700,00	
(=)UTILIDAD OPERACIONAL		29.899,18
(+/-)INGRESOS GASTOS NO OPERACIONALES		0,00
(=)UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION		29.899,18
(-)15% PARTICIPACION TRABAJADORES		4.484,87
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		25.414,31
(-)22%IMPUESTO RENTA EMPRESARIAL		5.591,14
(=)UTILIDAD DESPUES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS		19.823,17
(-)10%RESERVA LEGAL		1.982,31
(=)UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		17.840,86

GERENTE

CONTADOR

3.41. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio muestra una situación en la que empresa ni gana ni pierde, y se realiza para determinar los niveles más bajos de la producción o ventas, el punto de equilibrio indica que puede funcionar un proyecto sin poner en peligro la viabilidad financiera.

Si el punto de equilibrio refleja el nivel más bajo, son mayores las probabilidades de que en el proyecto se pueda tener utilidades con menor riesgo de que obtenga pérdidas.

Para su cálculo tomamos en cuenta los costos fijos y variables.

Tabla 59-3: Punto de equilibrio

COSTOS FIJOS	TOTAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO	DE	TOTAL	COSTOS DE VENTA UNITARIO	DE	TOTAL
Maquinaria	6.880,00	Total, costos de Producción	de	7,40	Gastos Indirectos de Fabricación		0,04
Vehículo	18.000,00				Insumos		0,04
Muebles de oficina	600,00				Materia Prima		7,30
Equipo de cómputo	1.000,00				Mano de Obra		0,10
Equipos de oficina	400,00						
Herramientas	1.033,80	Utilidad 25%		1,85			
TOTAL	27,913.80			9,25			7,48

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{27,913.80}{9,25 - 7,48}$$

$$PE = \frac{27,913.80}{1,77}$$

$$PE = 15.770,51$$

3.42. Evaluación del proyecto

3.42.1. Flujo de fondos netos

El Flujo de Fondos Netos es el monto de dinero que queda disponible para la empresa después de haber cumplido con todas sus obligaciones operativas y de financiación.

Para el presente proyecto se ha estimado el flujo de fondos netos proyectando para 5 años en base a los ingresos y costos, a partir de este flujo se establece la evaluación de proyecto para conocer la viabilidad o rechazo de la inversión.

Tabla 60-3: Flujo de Efectivo

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	338.040,00	342.014,97	350.076,31	363.199,73	381.028,99
(-) Costo de Producción	274.968,80	276.728,60	284.452,52	286.273,01	288.105,15
(=) Utilidad Bruta en Ventas	63.071,20	65.286,37	65.623,79	76.926,72	92.923,84
(-) Gastos de Ventas-Exportación	18.089,04	18.204,80	18.321,31	18.438,56	18.556,56
(=) Utilidad de Neta en Ventas	44.982,16	47.081,57	47.302,48	58.488,16	74.367,28
(-)Gastos Administrativos	12.561,60	12.641,99	12.722,89	12.803,94	12.885,88
(-)Gastos de depreciaciones	1.821,38	1.833,03	1.844,76	1.856,56	1.868,44
(-)Gastos de amortizaciones	700,00	704,48	708,98	713,51	718,07
(=)Utilidad Imponible	29.899,18	31.902,07	32.025,85	43.114,15	58.894,89
(-) 15 % Participación de Utilidades	4.484,87	4.785,31	3.202,58	4.311,41	5.889,48
(=) Utilidad Antes de Impuesto	25.414,31	27.116,76	28.823,27	38.802,74	53.005,41
(-) 22% de Impuesto a la Renta	5.591,14	5.965,68	6.341,11	8.536,60	11.661,19
(=) Utilidad Antes de Reserva	19.823,17	21.151,08	22.482,16	30.266,14	41.344,22
(-) 10% Reserva Legal	1.982,32	2.115,08	2.248,21	3.026,61	4.134,42
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	17.840,85	19.036,00	20.233,95	27.239,53	37.209,80

Fuente: Estado de resultados

Realizado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

3.42.2. Evaluación financiera

La evaluación financiera permite medir en un proyecto la viabilidad de su ejecución, de ésta dependerá si se acepta o se rechaza.

Para lo cual para el proyecto se ha considerado los siguientes indicadores:

Valor Actual Neto (VAN)

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Relación Beneficio/Costo (RB / C)

3.42.2.1. Valor actual neto (VAN)

Para evaluar este proyecto para el Valor Actual Neto se ha considerado las tasas de interés Pasiva de los Bancos y tasa activa de Cooperativas de Ahorros y Créditos que por lo general en las comunidades del sector rural acude para adquirir sus obligaciones financieras.

Tasa de interés Pasiva del Banco Pichicha es 4.50% previamente establecida por el Banco Central por motos a partir USD 20.000,00 dólares para inversiones mayores a 1 año.

Por otro lado, de acuerdo a la consideración tomada por los productores se ha tomado Tasa de interés Activa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba es de 13.00% para Microempresas, que considerado como pago por préstamos; a partir de estas dos tasas una mínima y otra máxima se identifica cuan viable es el proyecto.

$$VAN1 = \sum \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_0$$

Dónde:

I₀: Inversión inicial

1: Constante

I: Tasa de Retorno

n: Número de Años

FN: Fondos Neto

Cálculo del Valor Actual Neto

$$VAN1 = \left[\frac{17.840,85}{(1,045)^1} + \frac{19.036,00}{(1,045)^2} + \frac{20.233,95}{(1,045)^3} + \frac{27.239,53}{(1,045)^4} + \frac{37.209,80}{(1,045)^5} \right] - 60.382,08$$

$$VAN1 = [18.643,68 + 17.464,22 + 18.394,50 + 23.894,32 + 31.533,72] - 60.382,08$$

$$VAN1 = 109.930,44 - 60.382,08$$

$$VAN1 = 49.548,36$$

VAN 2

$$VAN2 = \frac{17.840,85}{(1,13)^1} + \frac{19.036,00}{(1,13)^2} + \frac{20.233,95}{(1,13)^3} + \frac{27.239,53}{(1,13)^4} + \frac{37.209,80}{(1,13)^5} - 60.382,08$$

$$VAN2 = [15.788,36 + 14.988,97 + 14.051,35 + 16.711,36 + 20.222,71] - 60.382,08$$

$$VAN2 = [81.762,75] - 60.382,08$$

$$VAN2 = \mathbf{21.380,67}$$

El Valor Actual Neto de proyecto resulta de la suma de flujo de fondos netos convertidos en valor presente con diferencia de la inversión inicial del proyecto. Ya que el valor del VAN1 y VAN2 es positivo por lo tanto el proyecto de exportación de Queso andino semi-maduros es rentable.

3.42.2.2. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de Retorno o de rentabilidad TIR, es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos de porcentajes. (Iturrioz, del Campo Javier, 2015)

Muestra al inversionista la tasa de interés máxima a la que debe contraer obligaciones financieras, evitando no poseer problemas financieros para el futuro en el proyecto.

Para el cálculo del TIR se considera la siguiente fórmula:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

Dónde:

i1: tasa de interés mínima la que me ofrece el Banco (4.50%) tasa pasiva

i2: Tasa de interés máxima (13,00%) tasa activa pago por préstamos y obligaciones financieras adquiridas.

VAN 1: Valor Actual Neto obtenido con i1.

VAN 2: Valor Actual Neto obtenido con i2.

Calculo de la Tasa Interna De Retorno

$$TIR = 0,0450 + (0,13 - 0,045) \left[\frac{49.548,36}{49.548,36 - 21.380,67} \right]$$

$$TIR = 0,0450 + (0,085) \left[\frac{49.548,36}{21.380,67} \right]$$

$$TIR = 0,0450 + (0,085)[2,32]$$

$$TIR = 0,045 + 0,20$$

$$TIR = 0,245$$

$$TIR = 0,245 * 100$$

$$TIR = \mathbf{24,5\%}$$

La Tasa Interna de Retorno del Proyecto a la que el inversionista debe analizar y determinar si va a invertir en el proyecto. El valor de la (TIR) del proyecto refleja como resultado el **24,5 %** un valor mayor a cero y mayor a la tasa que ofertan las entidades financieras consideradas, lo que se puede decir que invertir en el proyecto es rentable.

3.42.2.3. *Relación Beneficio/Costo (RB/C)*

La Relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (Perez, Luis, 2013).

En la Relación Beneficio/ Costo se puede determinar en términos cuantitativos el beneficio por cada dólar que se sacrifica en el proyecto, si la relación es mayor o igual a uno el proyecto será aceptable caso contrario será el proyecto tiende a rechazarse.

La fórmula para el cálculo del RB/C es la siguiente:

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

Dónde:

VN: Ventas Netas

VAN 1: Valor Actual Neto

C: Inversión

Calculo de la Relación Beneficio Costo

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \left[\frac{\mathbf{44.982,16 + 49.548,36}}{\mathbf{60.382,08}} \right]$$

$$\mathbf{RB/C} = \left[\frac{\mathbf{94.530,52}}{\mathbf{60.382,08}} \right]$$

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \mathbf{1,57}$$

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \left[\frac{\mathbf{44.982,16 + 21.380,67}}{\mathbf{60.382,08}} \right]$$

$$\mathbf{RB/C} = \left[\frac{\mathbf{66.362,83}}{\mathbf{60.382,08}} \right]$$

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \mathbf{1,10}$$

Como se puede apreciar en el cálculo la Relación Beneficio Costo es de USD 1.57 dólares y USD 1.10 dólares respectivamente dependiendo del Valor Actual Neto. Como resultados obtenidos es recomendable llevar a cabo el proyecto, dado que por cada dólar invertido se puede recuperar USD 0.57 centavos de dólar con el VAN 1 y USD 0.10 centavos de dólar con el VAN 2.

3.42.2.4. *Periodo de recuperación del capital*

Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto, considerado como uno de los métodos más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto. Si un proyecto es rentable y su periodo de recuperación es hasta un año es de gran liquidez, hasta 3 años de liquidez media y hasta 6 años o más es de pequeña liquidez. Para la obtención del periodo de recuperación de capital se sigue los siguientes pasos:

Se suma las utilidades del flujo de efectivo de dos años.

$$(17.840,86) + (19.036,00) = \mathbf{36.876,86}$$

Inversión - total de flujo de fondos

$$60.382,08 - 36.876,86 = \mathbf{23.505,22}$$

Se toma el valor del tercer año del Flujo de Fondos Netos (20.233,95) y se aplica una regla de tres para saber en qué tiempo recupero toda la inversión:

$$\begin{array}{r} 20.233,95 \qquad \qquad \qquad 12 \\ 23.505,22 \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad x \\ X = \left[\frac{23.505,22 * 12}{20.233,95} \right] = \left[\frac{282.062,64}{20.233,95} \right] \\ X = 13,94 \end{array}$$

Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito recuperará su inversión en un tiempo de 3 años con 1 meses y 12 días, es decir se recuperará a mediano plazo.

Tabla 61-3: Evaluación del proyecto

VAN 1	49.548,36
VAN 2	21.380,67
TIR	24.5%
RB/C1	1,57
RB/C2	1,10
PRC	3 años con 1 meses 12 días

Elaborado por: Herminia Amarilis Romero Heredia

CONCLUSIONES

- La tendencia general de mercado y consumo de queso parece ser favorable en New York - Estados Unidos especialmente por la cantidad de sabores, tipos y procedencias de quesos por ello se concluye que la posibilidad para la exportación de productos ecuatorianos en este sector es viable, sin embargo, el aprovechamiento de tal situación depende en gran medida de la planificación estratégica adoptada por el exportador ecuatoriano y en la competitividad propia del producto a colocar en del mercado.
- La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito no cuenta con la experiencia necesaria para realizar el proceso de exportar al no tener un personal capacitado en comercio exterior se dificulta el cumplimiento de los requisitos y obtención de documentos obligatorios que debe presentarla la empresa para realizar el trámite en la SENAE enviar la mercadería a destino planteado.
- Luego de elaborar un análisis financiero se pudo determinar que el proyecto es viable y factible debido a que los indicadores más relevantes como TIR 24,5% y el VAN 49.548,36 Dólares Americanos, en vista de que la inversión inicial para exportar es de 60.382,08y la utilidad neta 17.840,86 entonces se puede reducir que la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito ”recuperaría su inversión dentro de 2 años , 13 mes , 12 días de exportación , convirtiéndose en una atractiva oportunidad de negocio .
- La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” si tiene la capacidad de incrementar su producción de Queso Andino- Semi – maduro ya que cuenta con la mano de obra calificada y la maquinaria necesaria para poder cumplir con la necesidad del mercado estadounidense y consecuencia a los clientes internacionales e incrementar sus ganancias.

RECOMENDACIONES

- Mantener los niveles de producción estimados para cada año, para así contar con los ingresos y alcanzar los rendimientos esperados, lo que permitirá que la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito pueda invertir en maquinaria de punta para incrementar la capacidad instalada de la organización garantizando la producción necesaria para satisfacer la demanda.
- La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito debe contratar personal que posea los conocimientos en negociaciones internacionales y procedimientos aduaneros para que la empresa realice directamente todo el proceso de negociación, logístico y elaboración de los documentos de exportación con el fin de no necesitar un agente aduanero que represente un gasto para la empresa.
- El comercio de queso andino semi-maduro depende esencialmente de la necesidad, gustos y preferencias de los clientes, por lo mismo es preciso implementar renovar constantemente elementos que sirvan de impulsores; como marketing y publicidad en la industria alimenticia dando cada vez más un valor agregado a nuestro producto y hacerlo más competitivo.
- Finalmente se le recomienda a la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito ”que implemente paso a paso el proyecto de exportación , tomando en cuenta las conclusiones y recomendaciones realizadas en el presente estudio , convirtiéndose en una guía para exportar de forma precisa y concreta del queso andino semi- maduro al mercado destino , lo que permitirá generar divisas e impulsar el desarrollo al país , creando fuentes de trabajo y mejorando el nivel de vida de los pobladores de la parroquia cebadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Estupiñan , R. (2006). *Control Interno y Fraudes con base en los ciclos transaccionales* . Bogotá: ECOE.
- FEENSTRA, R., & TAYLOR, A. (2011). *Comercio internacional*. España: Reverte.
- Fonseca, C. G. (2004). *Elementos de comercio exterior* . En c. Garcia, *elementos de comercio exterior* (págs. 70-71). MEXICO: Trillas,S.A.de C.V. .
- GARCÍA, C. (2010). *Elementos de comercio exterior*. México: Trillas.
- Gómez, G. (2009). *Introducción a la evaluación del control interno*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Cepeda, G. (2002). *Auditoría y control interno*. Colombia: Nomos S.A.
- LARA, B. (2010). *Como elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Ecuador: Oseas Espin.
- Llamazares, O. (s.f.). *¿Qué es un plan de exportación?* Obtenido de GLOBAL NEGOTIATOR.
- Estupiñan , R. (2006). *Control interno y fraudes con base en los ciclos transaccionales*. Bogotá: ECOE.
- FEENSTRA, R., & TAYLOR, A. (2011). *Comercio internacional*. España: Reverte
- CABALLERO,I. (2013). *Comercio internacional.en i. Caballero, comercio internacional* (págs. 23-25). BOGOTA .
- Cepeda, G. (2002). *Auditoría y Control Interno*. Colombia: Nomos S.A.
- Mantilla, S. (2009). *Control Interno y Fraudes*. Bogotá: ECOE.
- ABC.Economía, D. (2007-2016). <http://www.definicionabc.com/economia/mercado.php>.
- Administratio, I. T. (23 de 5 de 2015). *International Trade Administration*. Obtenido de International Trade Administratio: <https://www.trade.gov/>
- Agencia de Publicidad Pixel Creativo. (2014). *Blog de Marketing Mix*. Obtenido de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>
- AGSO, L. (Sabado de Octubre de 2014). *Centro la Industria Lactea* . Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-produccion-lechera-en-ecuador-genera-1-600-millones-en-ventas-anuales-infografia>
- Alex, C. (12 de 2012). *Estado New York*. Obtenido de <http://estadoalex david.blogspot.com/2012/12/habitantes-del-estado-de-new-york.html>
- Anzil,Federico . (2012). *Estudio Financiero* . Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD. (2013). *AEC*. Obtenido de AEC: <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/coso>
- AUDITOOL. (2014). *AUDITOOL*. Obtenido de AUDITOOL: <http://77www.auditool.org/blog/auditoria-externa/287-los-riesgos-en-el-proceso-de-auditoria>

- Auditool. (s/f de s/f de s/f). *Auditool.org*. Obtenido de *Auditool.org*:
<http://www.auditool.org/blog/control-interno/2735-17-principios-de-control-interno-segun-coso-iii>
- Balanzategui, R. (2012). *BALANZATEGUI*, R. Ecuador.
- Battro, P. (2010). Queso Artesanales. En P. Battro, *Queso Artesanales* (Vol. 3, pág. 24). Buenos Aires: 1.
- Beltrán, L. C. (s/f de s/f de s/f). *virtual.unal.edu.co*. Obtenido de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/91337/>.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- BOOKS GOOGLE*. (14 de ENERO de 2014). Obtenido de [http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vWAEfcJWwqwC&oi=fnd&pg=PA1&dq=razones+del+comercio+internacional&ots=fZrO_mlcB7&sig=Xhmvx51V_6oyJpcXo3lNf3spZC4#v=onepage&q=razones%20del%20comercio%20internacional&f=false\[18,febrero,2014\]](http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vWAEfcJWwqwC&oi=fnd&pg=PA1&dq=razones+del+comercio+internacional&ots=fZrO_mlcB7&sig=Xhmvx51V_6oyJpcXo3lNf3spZC4#v=onepage&q=razones%20del%20comercio%20internacional&f=false[18,febrero,2014])
- CABALLERO, I. (2013). COMERCIO INTERNACIONAL . En I. CABALLERO, *COMERCIO INTERNACIONAL* (págs. 23-25). BOGOTA .
- Cámara Nacional de Acuicultura . (2015). *Misión y Visión*. Obtenido de <http://www.cna-ecuador.com/mision-y-vision>
- Cepeda, G. (2002). *Auditoría y Control Interno*. Colombia: Nomos S.A.
- Cevallos, L. (2014). <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/120-que-es-importar>.
- Comercio Internacional* . (14 de ENERO de 2014). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos97/el-comercio-internacional/el-comercio-internacional.shtml#ixzz2r51joGX8>
- Comercioyaduanas. (2014-2015). <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/120-que-es-importar>.
- ComercioyAduanas.com.mx. (2014-2015). <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/120-que-es-importar>.
- Cuajardo Canto Gerardo y Mora E. Andrade de Cuajardo. (2008). Balance General. En *Contabilidad Financiera* (pág. 151). Mexico: MC Graw Hill.
- DEFINICION.ABC. (2007). <http://www.definicionabc.com/general/logistica.php>.
- Definicion.MX. (2015). Defenición.MX. (2015). Procesos. Obtenido de <http://definicion.mx/proceso/>.

- Dorta, G. (2013). *Trasporte y Logistica Internacional*. Obtenido de http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/Transporte_y_logistica_internacional_2013.pdf
- Dorta, G. P. (2013). *Trasporte y Logistica Internacional*. Obtenido de http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte_y_logistica_internacional_2013.pdf
- Eco - Finanzas . (2015). *Evaluación de Proyectos*. Obtenido de www.eco-finanzas.com/economia/evaluacion_de_proyectos.htm
- Economia.WS. (2007). <http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>.
- Ecuador, A. C. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de <https://www.cec-epn.edu.ec/wp-content/uploads/2016/03/Constitucion.pdf>
- Efxo, C. F. (2016). *Exportaciones* . Obtenido de <https://efxto.com/diccionario/exportaciones>
- Efxt. (2016). <https://efxto.com/diccionario/exportaciones>.
- Esork, F. G. (2014). *El Queso*. Obtenido de <http://www.consumaseguridad.com>.
- Estupiñan , R. (2006). *Control Interno y Fraudes con base en los ciclos transaccionales* . Bogotá: ECOE.
- Estupiñán, R. (2006). *Control Interno y Fraudes con base en los ciclos transaccionales*. Bogotá: ECOE.
- E-técnico consultores,. (2011). *Estudio Técnico*. Obtenido de <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Feenstra, R. y. (2015). *Comercio Inernacional* . En R. y. Feenstra, *REVERTE* (págs. 56- 78). Barcelona .
- FEENSTRA, R., & TAYLOR, A. (2011). *COMERCIO INTERNACIONAL*. España: Reverte.
- Flores, R. (27 de 03 de 2016). *Ministerio de Agricultura y Ganaderia* . Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganaderia : <https://www.agricultura.gob.ec/precio-diferenciado-de-la-leche/>
- Fonseca, C. G. (2004). *ELEMENTOS DE COMERCIO EXTERIOR* . En C. Garcia, *ELEMENTOS DE COMERCIO EXTERIOR* (págs. 70-71). MEXICO: Trillas,S.A.de C.V. .
- GARCÍA, C. (2010). *ELEMENTOS DE COMERCIO EXTERIOR*. México: Trillas.
- Gómez , R. (s/f de s/f de s/f). *Taringa*. Obtenido de Taringa: <http://www.taringa.net/posts/economia-negocios/5884893/Informe-COSO---Control-Interno-en-Organizaciones.html>
- Gómez, G. (2009). *Introducción a la evaluación del control interno*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Grupo Cultural. (2005). *Auditoría y Control Interno*. Madrid - España.
- GUEST. (15 de 01 de 2015). *GUEST*. Obtenido de <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/coso>

- Historias de New York*. (Martes de 4 de 2014). Obtenido de Historias de New York:
https://www.ecured.cu/Nueva_York
- Instituto Nacional de Comercio Exterior de Mexico. (2015). *La Forma de más fácil de Exportar: Guía para Exportar, Estudio de mercado internacional*. Obtenido de
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/158-estudio-de-mercado-internacional>
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. (2015). *Guia para Exportar: Estudios de mercado*. Obtenido de
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/158-estudio-de-mercado-internacional>
- Iturrioz, del Campo Javier. (2015). *Tasa Interna de Retorno (TIR)*. Obtenido de
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html>
- LARA, B. (2010). *COMO ELABORAR PROYECTOS DE INVERSIÓN PASO A PASO*. Ecuador: Oseas Espin.
- Llamazares, O. (s.f.). *¿Qué es un plan de exportación?* Obtenido de GLOBAL NEGOTIATOR.
- Mantilla, S. (2009). *Control Interno y Fraudes*. Bogotá: ECOE.
- Ministerio Interior. (03 de 2014). *Ministerio Interior*. Obtenido de
<http://www.ministeriointerior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/NORMAS-TECNICAS-DE-CONTROL-INTERNO.pdf>
- Orozco, M. (2015). Un tercio de la produccion lactea se deriva de queso . *Revista Lideres* .
- OrtegaRM, A. (2010). *Importacia de los productos lacteos y calcio* . Obtenido de
http://www.lacteosinsustituibles.es/p/archivos/pdf/monografia_queso_yogur_otraslechfermentadas.pdf
- Perez, Luis. (08 de 05 de 2013). *Relacion Beneficio Costo*. Obtenido de
<http://www.agroproyectos.org/2013/08/relacion-beneficio-costo.html>
- Ponce, L. (27 de 06 de 2010). *¿Qué es el Plan de Exportación?* Obtenido de Plan de Exportación:
<http://plandeexportacion.blogspot.com/2010/06/que-es-el-plan-de-exportacion.html>
- PORTALECHERO. (febrero de 2014). *Mercado Internacinal del sector Latos* . Obtenido de
<https://www.portalechero.com/innovaportal/file/5112/1/informe-no9---mercado-internacional-del-sector-lacteo-2014.pdf>
- Pozo, I. H. (2010 de Diciembre de 2010). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION , COMERCIO INVERSION* . Obtenido de
http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf
- PRIETO, J. (2009). *PROYECTOS ENFOQUE GERENCIAL*. Bogota: Ecoe ediciones.

- Pro Ecuador . (2014). Guía de Certificaciones Internacionales . 11.
- Pro Ecuador . (2015). Guía Comercial de España.
- PROECUADOR. (23 de 6 de 2016). Obtenido de PROECUADOR:
<https://www.proecuador.gob.ec/>
- Promonegocios . (2007). *El Mercado* . Obtenido de <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/piscicultura.php>
- Qcom.es, P. d. (2015). *En España nos gusta comer pescado*. Obtenido de http://www.qcom.es/v_portal/informacion/informacionver.asp?cod=722&te=2&idage=953
- Quesos.es. (3 de 4 de 2018). *Queso.es*. Recuperado el 2 de 2 de 2018, de Queso.es:
<https://quesos.es/historia-del-queso/produccion-y-consumo-en-el-mundo>
- ROCES, W. (2014). EL CAPITAL CRITICA DE LA ECONOMIA POLITICA. México: FCE México.
- Rodríguez , G. (20 de 08 de 2013). *bligoo*. Obtenido de bligoo:
<http://elblogdegeovanirodriguez.bligoo.es/los-17-principios-del-control-intrenocoso-2013>
- Rodríguez Valencia, J. (2009). Control Interno (Un efectivo sistema para la empresa). México: Trillas.
- SAN. (2013). *Asociacion Argentina de Nutricion* . Obtenido de http://www.sanutricion.org.ar/files/upload/files/lacteos_y_derivados.pdf
- SAPAG, N. (2011). PROYECTOS DE INVERSIÓN, FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN. Chile: Pearson Education.
- SENAE. (Diciembre de 2012). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- Significados. (2013). <https://www.significados.com/aduana/>.
- SolosCarnes. (Junio de 2018). *Historia y carteristicas del queso*. Obtenido de Historia y carteristicas del queso: <https://www.solocarnes.com/historia-y-caracteristicas-de-los-quesos-3424/>
- Thopson, B. (2006). <http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>.
- UNAM. (18 de ENERO de 2014). Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Vicente, M. (s.f.). *Mundo de Queso* . Obtenido de 2010: <http://www.mundoquesos.com/p/breve-historia-del-queso.html>
- VilrL., W. (12 de Febrero de 2004). *CASADOQUEIXO*. Obtenido de http://www.casadoqueixo.com/web/quesos_cb01.php
- Wordpres, C. (11 de 10 de 2011). *Concepto de Importación Sobre conceptos*. Obtenido de <http://sobreconceptos.com/importacion>

WS, E. (2007-2016). <http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>.

Zapata, Sánchez Pedro. (2011). Contabilidad General: Estado de resultados. Colombia: Mc Graw Hill.

ANEXOS

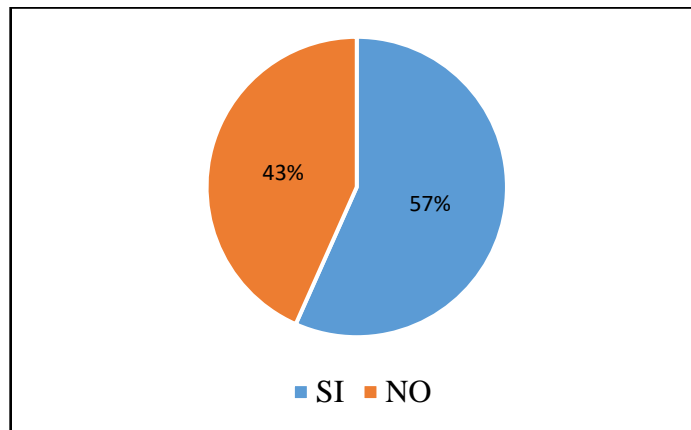
ANEXO A: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

Pregunta 1

¿Conoce usted a la " Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Cebadeñito"?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	93%
NO	9	7%
TOTAL	30	100%

Pregunta N° 1



Análisis: El 70 % encuestado conoce la Asociación de Trabajares Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” y la actividad a la que se dedica mientras que el 30% respondió que no conoce dicha empresa.

Interpretación: Con los resultados obtenidos de la encuesta se puede determinar que la Asociación de Trabajares Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” si es conocida internamente y las funciones a la que se dedica, con lo que puede dar cumplimiento que la marca es reconocida en el mercado interno.

PREGUNTA N° 2

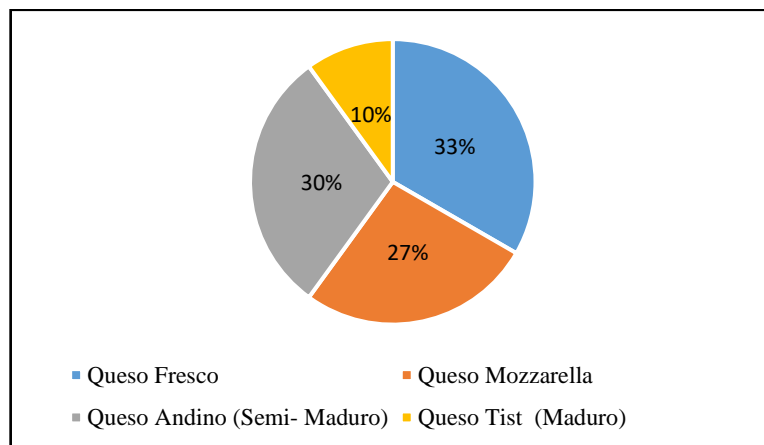
¿De la siguiente lista seleccione que clase de queso se elabora en mayor cantidad?

Pregunta 2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Queso Fresco	10	33%
Queso Mozzarella	8	27%

Queso Andino (Semi- Maduro)	9	30%
Queso Tist (Maduro)	3	10 %
TOTAL	30	100%

Pregunta N°2



Análisis: Los encuestados respondieron que el tipo de queso que se elabora a mayor escala con el 33% el queso Fresco, 30% queso Andino (Semi-Madura) ,27% queso Mozzarella y del 10% queso Tist (Maduro).

Interpretación : Las cifras respaldan que la mayor producción en del mercado es del queso fresco y queso Andino Semi- Maduro , es muy accesible para el mercado debido a la tendencia de consumo dentro y fuera del país con mejores características que otros tipos de quesos .

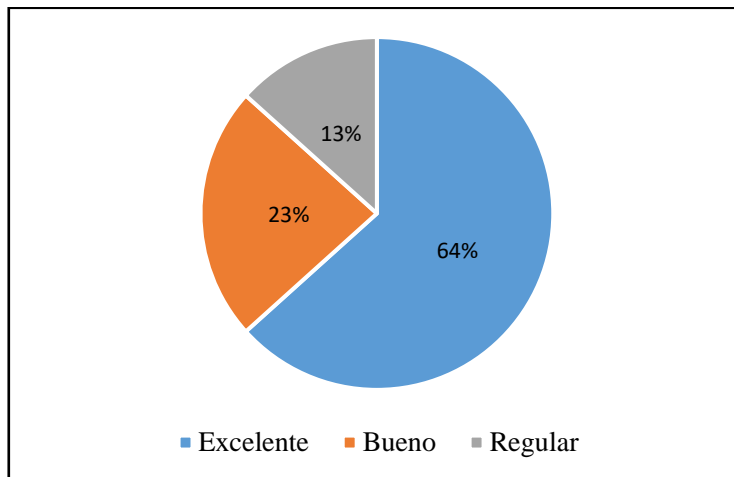
PREGUNTA N° 3

¿Cómo califica el Queso Andino Semi- Maduro que comercializa la Asociación de Trabajares Agrícolas Autónomos “Cebadeñito ?

Pregunta 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	19	64%
Bueno	7	23%
Regular	4	13%
TOTAL	30	100%

Pregunta N°3



Análisis: Los resultados nos reflejan que del queso andino semi-maduro de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” el 64% es excelente, 23 % bueno, 13% regular.

Interpretación: Se puede analizar que el producto que elabora Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” es muy bueno y sus características lo hacen importante pero igual hay porcentajes los cuales no están satisfechos con los productos por que la empresa debe seguir mejorando y alcanzar un nivel óptimo.

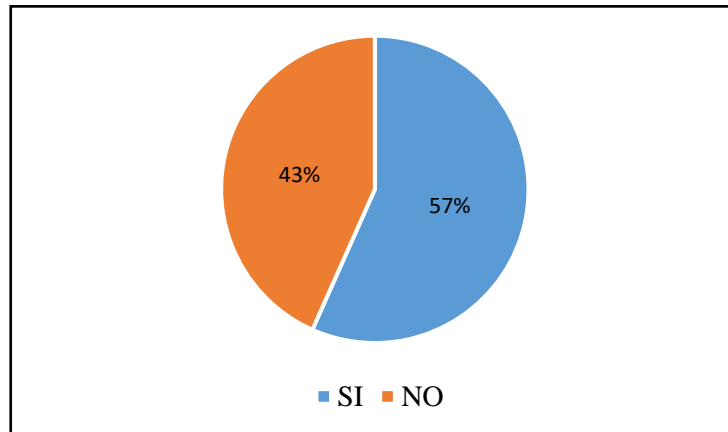
PREGUNTA N° 4

¿La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” se encuentra exportando sus productos?

Pregunta 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	7%
NO	28	93%
TOTAL	30	100%

Pregunta N° 4



Análisis: Los resultados que se obtuvieron indica que el 93% de la Asociación de Trabajares Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” no exporta sus productos y el 3% ha comenzado con el procesó de exportación.

Interpretación: La Asociación de Trabajares Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” no ha comenzado a exportar esto significa que este proyecto es muy factible.

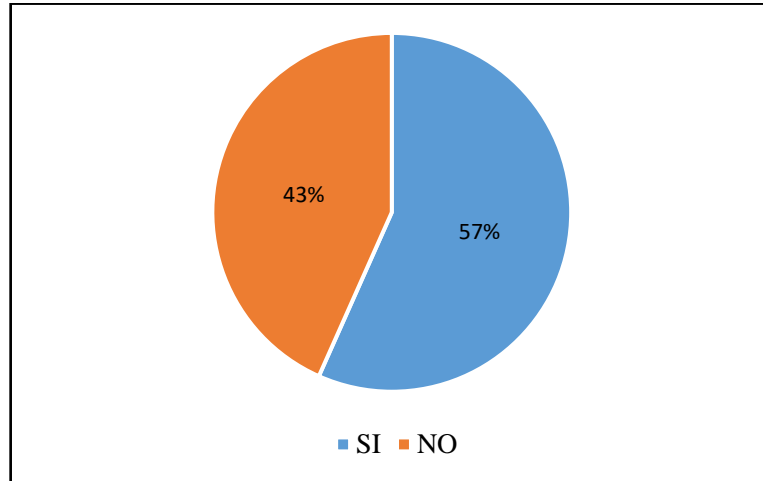
PREGUNTA N° 5

¿Usted desea aportar con la exportación de Queso Andino Semi-Maduro la Asociación de Trabajares Agrícolas Autónomos “Cebadeñito”?

Pregunta 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	90%
NO	23	10%
TOTAL	30	100%

Pregunta N°5



Análisis: el 90% de los encuestados ayudaran a la Asociación de Trabajares Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” para la exportación de queso andino semi-maduro y del 10% dijo que no participaran, porque ya tienen determinado su mercado interno.

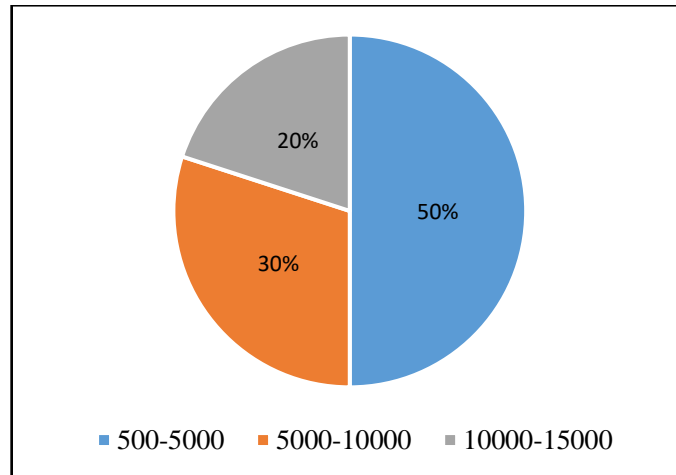
Interpretación: Asociación de Trabajares Agrícolas Autónomos “Cebadeñito” tiene como objetivo a futuro la expansión a mercados internacionales y se preparan en un gran crecimiento en la demanda nacional.

PREGUNTA N°6

¿Cuántos litros de leche se provee para la elaboración diaria de queso Andino Semi- maduro?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
500-5000	15	50%
5000-10000	9	30%
10000-15000	6	20%
TOTAL	30	100%

Pregunta N° 6



Análisis: El 50% considera que provee 500-5000 litros de leche son necesarios para la elaboración de queso Andino Semi-Maduro, mientras que el 30% considera que 5000-10000 litros y del 20% considera que 10000-15000litros de leche.

Interpretación: Se puede definir que hay cantidad de leche necesaria para la producción y elaboración de queso Andino Semi-maduro.

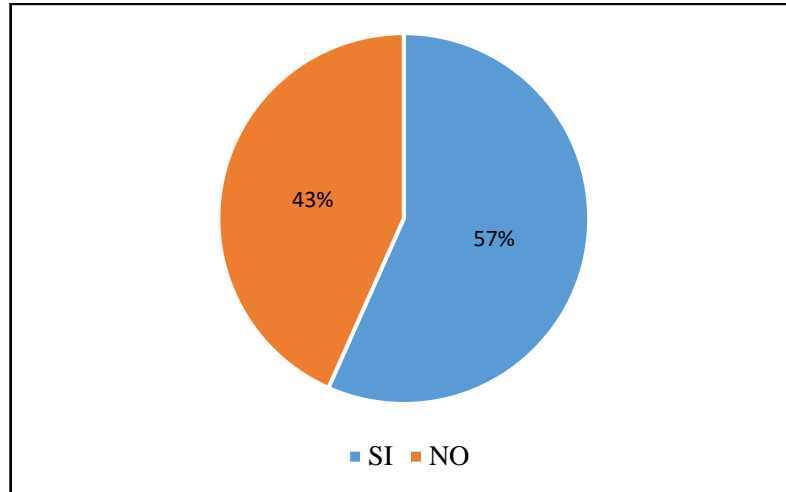
PREGUNTA N° 7

¿Piensa Ud. que la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito “tiene la capacidad para mantener comercialización con mercados extranjeros?

Pregunta 7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	90%
NO	7	10%
TOTAL	30	100%

Pregunta N°7



Análisis: El 77% contestó de manera positiva que la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito si está en capacidad para poder comercializar sus productos a nivel Internacional y del 23 % contestó de manera negativa.

Interpretación: La Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Cebadeñito tiene una buena capacidad de elaboración y producción la cual de denomina como un punto estratégico para poder exportar.

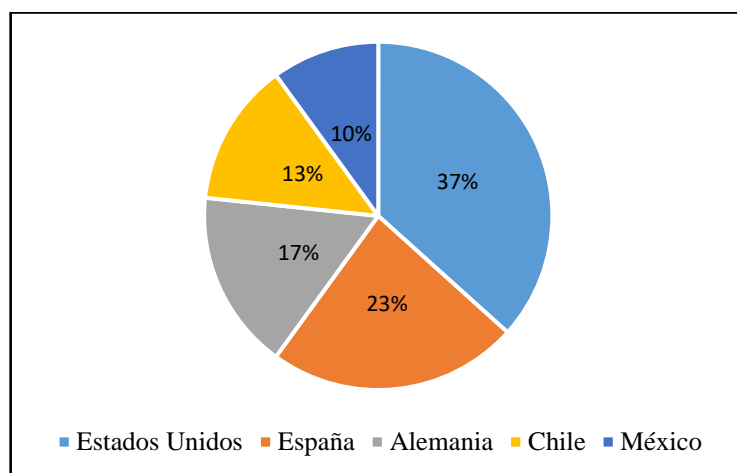
PREGUNTA N° 8

¿Qué país usted considera mayor potencial para exportar?

Pregunta 8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estados Unidos	11	37%
España	7	23%
Alemania	5	17%
Chile	4	13%
México	3	10%
TOTAL	30	100%

Pregunta N°8



Análisis: Se eligieron países donde este proyecto es muy factible para la exportación al mercado de estados unidos con mayor accesibilidad con el 37%, España con el 23%, Alemania 17%, Chile con el 13% y al final México con el 10%.

Interpretación: Estados Unidos es el país más escogido para la exportación de nuestros productos porque se considera con una economía fuerte y competente se maneja una moneda fuerte como es del dólar la cual los ecuatoriana hemos adaptado como nuestra.

ANEXO B: MAQUINARIA Y EQUIPOS

CORTADORA



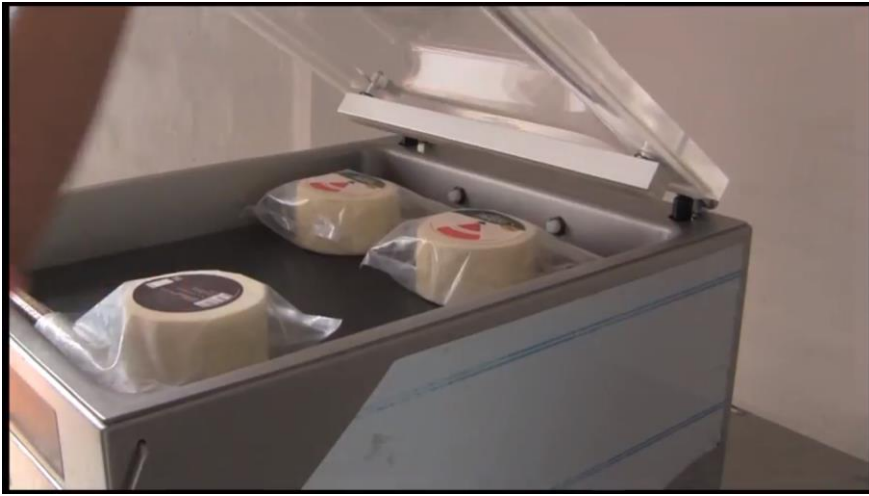
TINA DE CUAJADO DE QUESO



PRENSADORA DE QUESO ANDINO Y QUESO FRESCO



EMPAQUEDO



ANEXO C: DOCUMENTOS PARA DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN
DECLARACION DE EXPORTACION



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	019-2014-45-00356372
---------------	----------------------

Información de general

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

Información de Exportador

Nombre del exportador	LIBRERIA STUDIUM CIA LTDA	Telefono del exportador	
Dirección del exportador			
Numero de documento de	RUC-1791110331001	Ciudad del exportador	QUITO
CIIU	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS	Numero de documento de	RUC-0908025010001
Nombre del declarante	COLMENARES CASTRO NICOLAS VENICIO		
Dirección del declarante	MARTIN CHABRA N60-230 Y AV DEL MAESTRO		
Código de forma de pago	GIRO DIRECTO	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	22/05/2014
Nombre del consignatario	HOUGHTON MIFFLIN HARCOURT		
Dirección del	465 SOUTH LINCOLN DRIVE TROY		
Ciudad del contribuyente	MIAMI	Tipo de carga	CARGA SUELTA
Almacén de lugar de	[31000002] ZPE GUAYAQUIL AEREO	Medio de transporte	AEREO
País de destino final	ESTADOS UNIDOS		

Totales

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

Item

Firma del Contribuyente

1 de hoja /3 total de hojas

Firma del Declarante

FACTURA

COMERCIAL

FACTURA COMERCIAL

EMPRESA EXPORTADORA:							
Direccion:.....							
Telefono / Fax:.....							
E-mail:.....							
Señores:		Nombre de Contacto:.....					
EMPRESA IMPORTADORA:		Nuestra referencia:.....					
Direccion:.....		N° Cliente:.....					
Atencion:.....		N° de Orden de Pedido:.....					
INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°.....		Fecha:.....					
La mercancia ha sido enviada en:						
Dimensiones Embalaje:						
Grossweight (Peso Bruto): 231,524.60 kg						
Netweight (Peso Neto): 230,000.00 kg						
Mbrks (marcas): CALLAO PERU						
Vía: Maritima						
Made in: Brasil						
ITEM	CANTIDAD	UNID.	DESCRIPCION DE MERCANCIAS	PARTIDA ARANCELARIA	MONEDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
01	CONTAINERS 14 (9,200 BAGS)	230	TM DE POLIPROPILENO PROLEM			USD / MT 760.87	USD 175,000.00
			FOB VALUE				175,000.00
			FREIGHT VALUE				25,700.00
			CFR CALLAO				200,700.00
			FREIGHT PREPAID				
INCOTERM: CFR CALLAO				TOTAL FACTURADO			200,700.00

CARTA DE CREDITO



SOLICITUD DE CARTA DE CREDITO

..... de de
Localidad

Muy señores míos / nuestros:

1 SIRVASE EMITIR UNA CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE (*) NO CONFIRMADA CONFIRMADA TRANSFERIBLE

2 A FAVOR DE : _____

3 DOMICILIADO EN : _____

4 POR CUENTA Y ORDEN : _____

5 DOMICILIADO EN : _____

6 NUMERO DE CUENTA CORRIENTE: _____ 7 RUC / DNI _____

8 PERSONA ENCARGADA : _____
Teléfono : _____ Fax : _____ E-Mail : _____

9 HASTA POR : _____
Moneda (importe en números) (importe en letras)

10 TOLERANCIA +/- : _____ %

11 VALIDO HASTA : _____ días fecha de emisión o DD/MM/AA _____

12 DISPONIBLE COMO SIGUE: Por pago a la vista Importe _____
 Por pago diferido Importe _____ a _____ días fecha de embarque
 Por aceptación (Letra) Importe _____ a _____ días fecha de embarque
 Por pago Mixto : Indicar Importes Vista y Plazo según corresponda.

13 EMBARQUES PARCIALES: Permitidos Prohibidos 14 TRANSBORDOS: Permitidos Prohibidos

15 EMBARQUE POR VIA : Aérea Marítima Terrestre Postal Otro: _____

16 LUGAR DE CARGA : _____ 17 LUGAR DE DESTINO : _____

18 FECHA LIMITE DE EMBARQUE : _____ DD/MM/AA

19 DESCRIPCION DE MERCADERIA Y/O SERVICIOS : _____

20 PARTIDA(S) ARANCELARIA(S) : _____

21 TERMINOS INCOTERMS: FOB CFR CIF FCA CPT CIP OTRO: _____

22 DOCUMENTOS NECESARIOS:

1 FACTURA COMERCIAL Original(es) Copia(s)

2 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE MARITIMO, CONSIGNADO A LA ORDEN DEL BBVA CONTINENTAL, MERCADERIA A BORDO
NOTIFICAR A: _____ Original(es) Copia(s)
INDICANDO FLETE: Pagado Pagadero en destino

3 GUIA AEREA CONSIGNADA A LA ORDEN DEL BBVA CONTINENTAL
NOTIFICAR A: _____ Original(es) Copia(s)
INDICANDO FLETE: Pagado Pagadero en destino

4 LISTA DE EMPAQUE : _____ Original(es) Copia(s)

5 OTROS DOCUMENTOS: _____ Original(es) Copia(s)

_____ Original(es) Copia(s)

23 POLIZA / CERTIFICADO DE SEGURO POR EL 110% DEL VALOR CIF/CIP CUBRIENDO TODO RIESGO, ENDOSADA A FAVOR DEL BBVA CONTINENTAL
CONTRATADA POR: EL BENEFICIARIO NOSOTROS EN LA COMPAÑIA: _____

24 PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS A MÁS TARDAR _____ DIAS DESPUES DE LA FECHA DE EMBARQUE

25 GASTOS BANCARIOS FUERA DEL PERU POR CUENTA DE: BENEFICIARIO ORDENANTE

26 BANCO CORRESPONSAL SUGERIDO: _____

27 REEMBOLSO ALADI: Si No

28 INSTRUCCIONES ADICIONALES:

(*) SUJETA A LAS REGLAS Y USOS UNIFORMES RELATIVOS A LOS CREDITOS DOCUMENTARIOS E INCOTERMS DE CCI VIGENTES EN LA FECHA

CERTIFICANDO DE ORIGEN PARA ESTADOS UNIDOS

 **Certificado de origen**

United States - Peru Trade Promotion Agreement CERTIFICADO DE ORIGEN (Instructions in reverse, according to US Peru TPA Implementation Instructions)		Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos CERTIFICADO DE ORIGEN (Instrucciones al reverso, según Instrucciones para la implementación del APC Perú-EE.UU.)	
1. Importer's name, address, telephone and e-mail Nombre(s), dirección, teléfono y correo electrónico del importador		2. Exporter's name, address, telephone and e-mail Nombre(s), dirección, teléfono y correo electrónico del exportador	
3. Producer's name, address, telephone and e-mail Nombre(s), dirección, teléfono y correo electrónico del productor		4. Brand Name / Marca que cubre: From / Desde: To / Hasta:	
5. Description of good / Descripción de la Mercancía			
6. Type Classification / Clasificación Arancelaria			
7. Reference Citation / Citación preferencial			
8. Invoice Number / Número de Factura			
9. Country of Origin / País de Origen			
I certify that: - The information in this document is true and accurate and I assume the responsibility for providing such accurate information. I am not liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document. - I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this certification, and to inform, in writing, all persons whom this certificate designates of any change that could affect the accuracy or validity of this certification. - The goods originated in the territory of one or more of the Parties, and comply with the origin requirements specific for those goods in the United States/Peru Trade Promotion Agreement. There has been no further production or any other operation outside the territory of the parties other than reworking, re-cutting, or any other operations necessary to produce the goods, and goods have remained under customs control. - This certification consists of _____ pages, including all attachments.		Yo certifico que: - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de suministrar la aquí declarada. Estoy consciente que soy responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o en relación al presente documento. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido de la presente certificación, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes presente el presente certificado de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. - Las mercancías son originarias del territorio de una o más de las Partes y cumplen con todos los requisitos de origen que se han aplicados conforme al Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos. No ha habido otra producción o cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, con excepción de la de acabado, re corte o cualquier otra operación necesaria para producir la mercancía en buenas condiciones, y la mercancía ha permanecido bajo control aduanero. - Esta certificación se compone de _____ hojas, incluyendo todos los anexos.	
Authorized Signature / Firma autorizada		Empresa / Empresa	
Name / Nombre:		Title / Cargo:	
Date / Fecha:		Telephone / Teléfono:	
		Fax / Fax:	
11. Remarks / Observaciones:			

Certificado de Origen para Estados Unidos

Dirección del	MI SAN MARTIN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	(85069025) COMEDON GUWAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	ARGENTINA		

DOLAR ESTADOUNIDENSE

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción (FOB)	666.01	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	8328	Peso total	8328
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	




**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS PARA EL
APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN
UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS**



**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y
BIBLIOGRAFÍA**

Fecha de entrega:

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Herminia Amarilis Romero Heredia
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Administración de Empresas
Carrera: Comercio Exterior
Título a optar: Ingeniería en Comercio Exterior
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo.  Firmado electrónicamente por: RAFAEL INTY SALTO 