



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESADILLAS DE LA EMPRESA DE ALICIA PARA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMÉRICA EN EL PERIODO 2017-2022”

AUTORA:

VALERIA SOLEDAD DELGADO FAICAN

DIRECTOR:

ING. ALEXIS GARZÓN PAREDES. MMKT.

QUITO-ECUADOR

Diciembre 2017

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Valeria Soledad Delgado Faican, declaro que el presente trabajo de investigación es de mi autoría y que los resultados de esta investigación son auténticos y originales. Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de grado.



Valeria Soledad Delgado Faican

C.I: 0105593156

INFORME DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL

TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director de Tesis del Trabajo de Grado, titulado PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESADILLAS DE LA EMPRESA DE ALICIA PARA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMÉRICA EN EL PERIODO 2017-2022, presentado por la señorita Valeria Soledad Delgado Faican, doy fe que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación privada y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Alexis Garzón', written in a cursive style.

Master Alexis Garzón

Director de Tesis

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi hija Ariana quien es mi fuerza para ser quien soy, a mis padres, hermano que con su amor y sacrificio supieron motivarme haciendo posible la culminación de mis estudios superiores.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida, por ser un ejemplo de lucha y constante superación.

Muchos sentimientos encontrados están en sobre aviso, compañeros, profesores, amigos, anécdotas, derrotas, victorias, tristezas, alegrías, experiencias que fueron y serán muy importantes en mi vida. Me llevo conmigo una gratitud a todas esas personas que me regalaron no solo su tiempo si no su confianza y su amistad, gracias por creer en mí.

Hago publico mi agradecimiento a la Universidad Tecnológica Equinoccial por haberme acogido para lograr terminar mi carrera.

Agradezco a todas las autoridades y docentes que supieron darnos su palabra de aliento cuando más problemas se presentaban en el transcurso de la carrera, al Master Pablo Cuesta por haber estado en una lucha constante para que este día finalmente haya llegado.

Agradezco al Master Alexis Garzón que con sus conocimientos solidos supo guiarme para la obtención de este título.

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0105593156
APELLIDO Y NOMBRES:	Delgado Faican Valeria Soledad
DIRECCIÓN:	Av. Antonio Ricaurte y Juan Pablo II
EMAIL:	Vhale91@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	072477428
TELÉFONO MOVIL:	0987993415
DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	” PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESADILLAS DE LA EMPRESA DE ALICIA PARA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMÉRICA EN EL PERIODO 2017-2022”
AUTOR O AUTORES:	Valeria Soledad Delgado Faican
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	12 de Diciembre del 2017
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Master Alexis Garzón
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Comercio Exterior
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p style="text-align: center;">El objetivo de este trabajo es orientar las decisiones que se deben tomar para realizar el proceso de exportación optimo, teniendo así mejores resultados para la empresa y de esta manera hacer conocer el producto.</p> <p style="text-align: center;">Es importante recalcar que existe trabajo en equipo buscando un futuro económico mejor y que el producto sea conocido a nivel internacional. Actualmente en Cuenca existe gran cantidad de personas que se dedican al mismo negocio sin embargo una gran numero no ha obtenido el crecimiento como es el caso de Dulces de Alicia, y dentro de sus ventajas y fortalezas es el proyecto de exportación que estamos realizando.</p>

	<p>Dulces de Alicia elabora y comparte al mundo productos tradicionales, que sean el fiel reflejo de lo bueno, lo rico y lo hermoso que es Ecuador.</p> <p>Se ha desarrollado la investigación, partiendo desde el análisis de la problemática y la historia de la empresa Dulces de Alicia teniendo como objetivo la exportación de nuestro producto.</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>The objective of this work is to guide the decisions that must be taken to carry out the optimal export process, thus having better results for the company and in this way making the product known.</p> <p>It is important to emphasize that there is team work looking for a better economic future and that the product is known internationally. Currently in Cuenca there are many people who are engaged in the same business but a large number has not obtained growth as is the case of Dulces de Alicia, and within its advantages and strengths is the export project we are doing.</p> <p>Dulces de Alicia elaborates and shares traditional products to the world, which are the true reflection of the good, the rich and the beautiful that is Ecuador.</p> <p>The research has been developed, starting from the analysis of the problematic and the history of the company Dulces de Alicia, with the objective of exporting our product.</p>
<p>KEYBOARDS:</p>	<p>Quesadilla, Export, Permits, Tramitology, Customs formalities, Process.</p>

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

VALERIA SOLEDAD DELGADO FAICAN

0105593156

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Valeria Soledad Delgado Faican, CI: 0105593156 autor del proyecto titulado: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESADILLAS DE LA EMPRESA DE ALICIA PARA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMÉRICA EN EL PERIODO 2017-2022” previo a la obtención del título de **GRADO ACADÉMICO COMO LICENCIADO DE COMERCIO EXTERIOR** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 12 de Diciembre del 2017

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'V. Soledad Delgado Faican', written over a horizontal line.

Firma

Cuenca, 24 de junio del 2017

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **RÓMULO GONZALO DELGADO PALACIOS** con cédula de identidad N. 0102060647 en calidad de Gerente General de la empresa De Alicia. Autorizo a **VALERIA SOLEDAD DELGADO FAICAN**, realizar la investigación para la elaboración de su proyecto de titulación “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESADILLAS DE LA EMPRESA DE ALICIA PARA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMÉRICA EN EL PERIODO 2017-2022”, basada en la información proporcionada por la compañía.



Rómulo Gonzalo Delgado Palacios

C.I 0102060647

Tabla de contenido

Índice de Tablas.....	xiii
Índice de Figuras	xv
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
Resumén de la empresa	3
CAPÍTULO 1	4
INTRODUCCIÓN.....	4
1.1 El problema de investigación.....	4
1.1.1 Problema a investigar.....	4
1.1.2 Planteamiento del problema.....	4
1.1.3 Formulación del problema.....	5
1.1.4 Sistematización del problema.....	5
1.1.5 Objetivo general.....	5
1.1.7 Justificación.....	6
1.2 Marco Referencial.....	6
1.2.1 Marco Teórico.....	6
CAPÍTULO 2	14
MÉTODOLOGIA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	14
2.1 Metodología	14
2.2 Cuadro de producto de panadería, que países son los principales para la exportación.....	16
2.3 Relaciones Comerciales entre Ecuador y Estados Unidos.....	16
2.4 Análisis Balanza Comercial de Ecuador.....	17
2.5 Balanza Comercial de Ecuador con Estados Unidos	18
2.6 Análisis Balanza Comercial de Ecuador con Estados Unidos.....	18
2.7 Principales destinos de las exportaciones del Ecuador	18
2.8 Demanda	19

2.9 Participación en el mercado de Estados Unidos	20
2.10 Análisis de las encuestas de satisfacción del mercado interno local	20
2.10 Análisis de las encuestas al productor	28
4. Usted como trabajador se siente satisfecho con las nuevas máquinas que emplea la empresa.....	31
2.11 Análisis de las entrevistas del mercado externo	37
2.12.1 Análisis Cualitativo	43
2.12.2 Análisis Cuantitativo	43
2.12.2.2 Análisis de la encuesta.....	44
2.12.2.3 Análisis de la entrevista.....	44
CAPITULO 3	45
CONDICIONES Y NORMATIVAS PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESADILLAS	45
3.1 Cadena de Distribución.....	45
3.2 Fijación del precio final del producto para la exportación al país de destino.....	45
3.3 Normativas para la exportación del producto al país destino.	46
3.3.1 Partida arancelaria	46
3.3.2 Trámites para registrarse como exportador.....	46
3.3.3 Registro como exportador en el Ecuapass.....	46
3.3.4 Fase de pre-embarque.....	47
3.3.5 Fase de post-embarque	47
3.3.6 FOB (Franco a bordo)	48
3.4 Requisitos generales de acceso al mercado	50
3.5 Proceso de comercialización para la exportación de las quesadillas.	51
3.6 Cadena Logística de Exportación	52
3.6.1 Determinación de Empaque, Embalaje y Cubicaje.....	52
3.6.2 Características Logísticas	53
3.6.3 Cadena de distribución	53

3.6.4	Tramite de exportación en general	54
3.6.5	Organización de la empresa De Alicia	56
3.6.6	Misión.....	56
3.6.7	Visión	56
3.6.8	Perfil del País Importador	56
CAPÍTULO 4		57
ANALISIS FINANCIERO.....		57
4.1	Inversiones:	57
4.1.1	Inversión inicial.....	57
4.1.1.1	Inversión fija.....	57
4.1.2	Inversión diferida (inversión intangible).....	58
4.1.3	Inversión total desglosada	58
4.2	Capital de trabajo	58
4.3	Financiamiento.....	59
4.4	Depreciaciones.....	60
4.5	Tablas de amortizaciones	60
4.6	Ventas, pronósticos de ventas, ventas anuales y mensuales (exportación), costos de ventas	62
4.7	COSTO DE VENTAS	63
4.7.1	Materia Prima.....	63
4.7.2	Mano de Obra.....	64
4.8	Costos Indirectos de Fabricación	67
4.9	Costos de Exportación	67
4.10	Resumen de Costos de Producción	67
4.11	Gastos Administrativos.....	68
4.12	Proyección de ingresos por venta	68
4.13	Estados de resultados	69

DULCES DE ALICIA	69
4.14 Estado de situación financiera inicial	70
4.15 Flujo de presupuestado de caja	72
4.16 Tasa de rendimiento.....	74
4.17 Valor actual neto (VAN).....	74
4.18 Tasa interna de retorno (TIR)	75
4.19 Punto de equilibrio.....	75
4.20 Periodo de recuperación de la inversión.	77
CAPÍTULO 5	78
Conclusiones y Recomendaciones	78
5.1 Conclusiones.....	78
5.2 Recomendaciones	79
Bibliografía.....	80
Anexos.....	81

Índice de Tablas

Tabla 1. Segmentación de mercado	15
Tabla 2 Productos de panadería.....	16
Tabla 3 Balanza Comercial.....	18
Tabla 4. Destinos de Exportaciones del Ecuador	19
Tabla 5. Sexo	20
Tabla 6. Consumo.....	21
Tabla 7. Conocimiento	22
Tabla 8. Frecuencia.....	23
Tabla 9. Satisfacción.....	24
Tabla 10. Empaque	25
Tabla 11. Alternativas.....	26
Tabla 12. Recomendación	27
Tabla 13. Sexo de los trabajadores	28
Tabla 14. Edad.....	29
Tabla 15. Trabajo en el empresa.....	30
Tabla 16. Maquinaria.....	31
Tabla 17. Producto.....	32
Tabla 18. Tiempos de duración	33
Tabla 19. Registro	34
Tabla 20. Empaque	34
Tabla 21. Certificación	35
Tabla 22. Publicidad	36
Tabla 23. Fijación del precio	45
Tabla 24. Cubicaje.....	52
Tabla 25. Inversión Inicial.....	57
Tabla 26. Inversión Intangible.....	58
Tabla 27. Inversión total requerida.....	58
Tabla 28. Capital de Trabajo	58
Tabla 29. Financiamiento	59
Tabla 30. Fuente de financiamiento	59
Tabla 31. Depreciaciones	60

Tabla 32. Amortización	60
Tabla 33. Ventas Esperadas.....	62
Tabla 34. Costo Materia Prima.....	63
Tabla 35. Mano de Obra.....	64
Tabla 36. Costos Indirectos de Fabricación.....	67
Tabla 37. Exportación.....	67
Tabla 38. Costos Totales de Producción	67
Tabla 39. Proyección de Ingresos.....	68
Tabla 40. Estado de Resultados Proyectado	69
Tabla 41. Balance General.....	70
Tabla 42. Flujo de Caja Proyectado.....	72
Tabla 43. TIR.....	75
Tabla 44. Punto de Equilibrio.....	75

Índice de Figuras

Figura 1. Diagnostico. “Diagrama de Ishikawa”	4
Figura 2. Información Nutricional	10
Figura 3. Mercados Importadores.....	17
Figura 4. Demanda	19
Figura 5. Sexo.....	21
Figura 6. Consumo	22
Figura 7. Conocimiento	23
Figura 8. Frecuencia	24
Figura 9. Satisfacción	25
Figura 10. Empaque.....	26
Figura 11. Alternativas	27
Figura 12. Recomendación	28
Figura 13. Sexo de los trabajadores.....	29
Figura 14. Edad	30
Figura 15. Trabajo en la empresa	30
Figura 16. Maquinaria	31
Figura 17. Producto	32
Figura 18. Tiempo de duración	33
Figura 19. Registro	34
Figura 20. Empaque.....	35
Figura 21. Certificación.....	36
Figura 22. Publicidad.....	37
Figura 23. Panamericana de Alimentos.....	38
Figura 24. Localización Family Food	40
Figura 25. Localización cafetería	43
Figura 26. Registro como exportador	46
Figura 27. FOB.....	49
Figura 28. Transferencia de la Responsabilidad.....	49
Figura 29. Caja	52
Figura 30. Papel de embalaje.....	52
Figura 31. Contenedor	53

Figura 32. Localización	53
Figura 33. Cadena de Distribución	53
Figura 34. Tramite de exportación	54
Figura 35. Organización de la empresa	56
Figura 36. Perfil del país	56
Figura 37. Punto de Equilibrio	77

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es orientar las decisiones que se deben tomar para realizar el proceso de exportación óptimo, teniendo así mejores resultados para la empresa y de esta manera hacer conocer el producto.

Es importante recalcar que existe trabajo en equipo buscando un futuro económico mejor y que el producto sea conocido a nivel internacional. Actualmente en Cuenca existe gran cantidad de personas que se dedican al mismo negocio sin embargo un gran número no ha obtenido el crecimiento como es el caso de Dulces de Alicia, y dentro de sus ventajas y fortalezas es el proyecto de exportación que estamos realizando.

Dulces de Alicia elabora y comparte al mundo productos tradicionales, que sean el fiel reflejo de lo bueno, lo rico y lo hermoso que es Ecuador.

Se ha desarrollado la investigación, partiendo desde el análisis de la problemática y la historia de la empresa Dulces de Alicia teniendo como objetivo la exportación de nuestro producto.

ABSTRACT

The objective of this work is to guide the decisions that must be taken to carry out the optimal export process, thus having better results for the company and in this way making the product known.

It is important to emphasize that there is team work looking for a better economic future and that the product is known internationally. Currently in Cuenca there are many people who are engaged in the same business but a large number has not obtained growth as is the case of Dulces de Alicia, and within its advantages and strengths is the export project we are doing.

Dulces de Alicia elaborates and shares traditional products to the world, which are the true reflection of the good, the rich and the beautiful that is Ecuador.

The research has been developed, starting from the analysis of the problematic and the history of the company Dulces de Alicia, with the objective of exporting our product.

Resumen de la empresa

Dulces de Alicia nace en 1993 como un emprendimiento familiar que se inició en la cocina de Alicia Palacios con sus recetas tradicionales, donde se destacaba principalmente la elaboración de dos productos: las quesadillas y los quimbolitos.

Estos dulces típicos de la ciudad de Cuenca eran comercializados principalmente por la panificadora “El Imperio del Pan” y por el micromercado “Bodegón Manolo”.

En un inicio los productos eran preparados de forma artesanal, en la que el proceso se lo realizaba manualmente. La única máquina que se empleaba era para extender la masa de harina de los dulces. Pese a ser un producto hecho de manera informal, su sabor y calidad permitieron que se den a conocer en todos los rincones de la ciudad de Cuenca.

Debido al aumento de la demanda de algunos productos, principalmente de quesadillas, aparecieron nuevas oportunidades en el mercado que representaban mayores ingresos para la empresa. Se empezó a comercializar los productos a través de las cadenas de Maxipan y nuevos micromercados, lo que desencadenó en una industrialización de la empresa que tuvo como principal actor a uno de los hijos de la Señora Alicia Palacios, el Señor Rómulo Delgado actual gerente general de la compañía

El primer gran paso que dio la organización fue la construcción de su planta de producción en un terreno ubicado en el sector de Capulispamba, al norte de la ciudad de Cuenca. Este nuevo proyecto trajo consigo la adquisición de maquinarias para la elaboración y empaquetado de sus productos. Los procesos productivos se beneficiaron de las nuevas adquisiciones y se logró incrementar la capacidad de la planta y sobre todo la productividad

El segundo gran paso que dio la empresa fue introducir su producto estrella, las quesadillas, en la cadena de comisariatos Supermaxi de la empresa La Favorita.

Este hecho permitió posicionar el producto en el mercado de Cuenca y a nivel nacional como uno de los mejores dulces tradicionales. Este impulso facilitó la adquisición de nuevas maquinarias para automatizar procesos, la adecuación de las instalaciones de la compañía y el desarrollo de nuevos productos.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

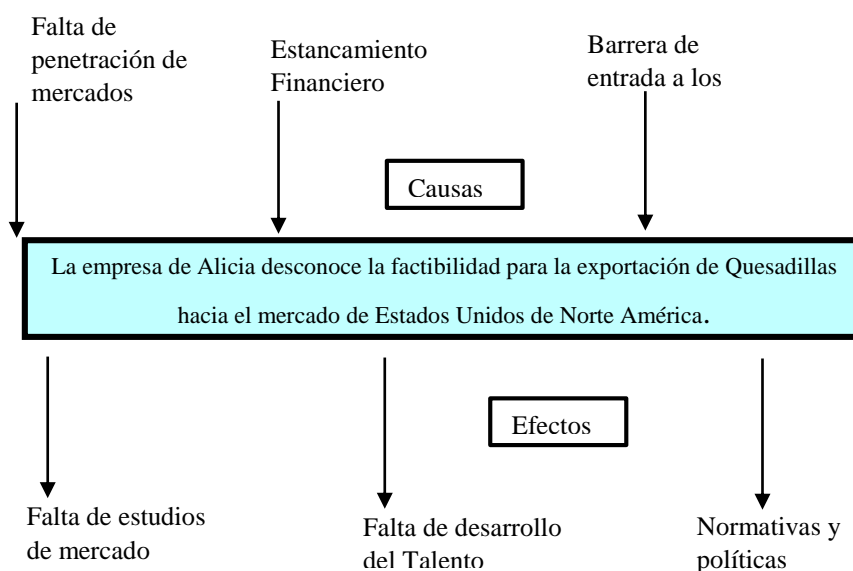
1.1 El problema de investigación.

1.1.1 Problema a investigar.

La empresa De Alicia desconoce la factibilidad para la exportación de Quesadillas hacia el mercado de Estados Unidos de Norte América.

1.1.2 Planteamiento del problema.

Figura 1. Diagnostico. “Diagrama de Ishikawa”



Elaborado por: Valeria Delgado

Las quesadillas son elaboradas por la empresa de Alicia de la ciudad de Cuenca lo cual ha generado un beneficio.

Al no contar con el suficiente capital para la exportación de las quesadillas se provocará un estancamiento financiero ya que la empresa no tendrá la producción suficiente para satisfacer la demanda. La falta de un estudio de mercado provoca que la empresa no tenga las ventas suficientes.

Pronóstico: Escenario negativo del problema

Si no se realiza la exportación de quesadillas no se podría dar a conocer la nueva calidad, variedad que existe en mercados internacionales por lo cual se seguiría teniendo los mismos productos típicos con la misma calidad, no habría mayor productividad ni mayores ingresos.

La exportación de quesadillas es importante para la economía del país, la inclusión de nuevos productos no petroleros a dicho mercado.

Control Pronóstico: Escenario positivo del problema.

La exportación de quesadillas es importante para la economía del país, la inclusión de nuevos productos no petroleros a dicho mercado.

1.1.3 Formulación del problema.

¿Es factible la exportación de Quesadillas a Estados Unidos de Norte América por parte de la empresa De Alicia?

1.1.4 Sistematización del problema.

- ¿Se determinó la cadena de distribución adecuada para el producto?
- ¿Qué márgenes de rentabilidad genera la exportación?

1.1.5 Objetivo general.

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de quesadillas de la empresa De Alicia, al mercado de Estados Unidos de Norte América periodo 2017-2022.

1.1.6 Objetivos específicos.

- Determinar la fundamentación teórica para la exportación de quesadillas al mercado de Estados Unidos.
- Estudiar el mercado para la exportación del producto.
- Estructurar los parámetros necesarios para la exportación de quesadillas hacia Estados Unidos
- Realizar un estudio financiero para encontrar su rentabilidad

1.1.7 Justificación.

La implementación de producto no petroleros en el mercado local es muy importante ya que aporta a la matriz productiva ecuatoriana. Desde ese punto de vista podemos destacar la incursión de las quesadillas producidas por la empresa De Alicia en el mercado cuencano ya que a más de ser un producto que gusta al paladar del cliente es considerado un producto netamente tradicional de la gastronomía de los cuencanos. Este producto no es nuevo sino lleva años en el mercado local y que está teniendo su tecnificación mediante procesos productivos óptimos con la implementación de maquinaria de primera para acelerar su capacidad productiva cubriendo de esta manera la demanda existente.

Es de suma importancia la incursión de este tipo de microempresas en el mercado ecuatoriano pues a más de ofertar productos no tradicionales aporta efectivamente a la generación de plazas de empleo y a la oferta de un producto que llama la atención de compradores de diferentes lugares, específicamente de compradores extranjeros que se sienten atraídos por la gastronomía ecuatoriana, un ejemplo puntual es la de los migrantes ecuatorianos que al momento de volver a su tierra muestran el interés y la nostalgia por este tipo de productos.

1.2 Marco Referencial.

1.2.1 Marco Teórico

(...) Comercio Exterior Periodo Contemporáneo 1921 – 2011. A inicios de este periodo la agricultura para la exportación predominaba en la costa siendo ésta el motor de la economía nacional, mientras que la agricultura para el consumo interno se encontraba en la sierra. El litoral producía más del 90% de las exportaciones ecuatorianas cuyas divisas se utilizaban para pagar las importaciones consumidas en la sierra. Debido al déficit en el comercio regional Sierra – Costa, los quiteños se quejaban de la falta de circulante y crédito bancario que ellos solicitaban a los bancos del puerto, ya que no era lo suficientemente grande para atender todos los

requerimientos de los comerciantes, agricultores e industriales de la capital. (Iturralde, 2012, P.5)

Es importante mencionar que existe un cambio de políticas aplicadas al comercio exterior que intentan fomentar el crecimiento a través de la diversificación de la matriz productiva del Ecuador. La competencia dentro del Ecuador es bastante fuerte, pero a nivel del Azuay son pocas las empresas que se dedican a la exportación de Quesadillas resaltando la importancia que radica en internacionalizar el producto.

Un factor de gran importancia que vale la pena tomar en cuenta es el cómo hacer un estudio de mercado pues según Fernández (2017) manifiesta que “es necesario y extremadamente importante para un emprendedor o un empresario, antes de poner en marcha un nuevo proyecto empresarial, realizar una investigación comercial, un estudio de mercado para comprender la situación y necesidades del mercado, para poder enfocar el negocio y tener de esta manera mayores probabilidades de éxito” (p.4)

Para proceder a la internacionalización de las quesadillas por parte de la empresa De Alicia es imprescindible tener una idea básica del proceso exportable motivo por el cual se tomará en cuenta lo siguiente:

Etapa de Pre-embarque; El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque, sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Etapa de Post-embarque; Regularizar las Declaraciones Aduaneras de Exportación (DAE): Finalmente, usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENA y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40). Una vez que se realiza este registro, la DAE obtiene la marca REGULARIZADA. Para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos: copia de la factura comercial, lista de empaque,

certificado de origen, copias no negociables de documentos de transporte multimodal. (Proecuador, 2016, p.10, 20)

Para el ingreso de productos alimenticios a los Estados Unidos es necesario cumplir con diferentes normas y requisitos bajo normas establecidas.

Las regulaciones de importación de alimentos de los Estados Unidos se rigen bajo diferentes organismos y con un reparto muy específico de competencias. Las siguientes son las principales agencias federales involucradas en la regulación y control de la importación de alimentos son:

- La Environmental Protection Agency (EPA);
- La Food and Drugs Administration (FDA), que pertenece al Department of Health and Human Services (HHS);
- El Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS), que pertenece al United States Department of Agriculture (USDA)
- El Food Safety and Inspection Service (FSIS), que pertenece al United States Department of Agriculture (USDA)
- El Alcohol and Tobacco Trade And Tax Bureau (TTB), que pertenece a l United States Department of the Treasury. (SIICEX, 2016,P.7)

Para la exportacion del producto vale la pena mencionar un punto muy importante que el exportador debe de conocer para la exportacion de productos perecibles, es decir de alimentos. Las mencionadas regulaciones estan bajo normativa de la entidad principal llamada FDA¹ que trata los siguientes lineamientos Sistema de Control de la Producción: este nuevo reglamento establecerá que en cada etapa de la producción de alimentos exista un mecanismo de monitoreo que permita detectar falencias y corregir errores (es un monitoreo preventivo de la producción).

- Inspección a los productores: las inspecciones de la FDA se expandirán a los productores (en las fincas). Para el efecto, se emitirán guías para no contaminar los cultivos, para no usar agua contaminada, etc. Para esto se requerirá la ayuda del Ministerio de Agricultura de cada país.

¹ FDA: Food and drug administration; es una entidad que permite proveer al público la información necesaria, exacta, con base científica, que le permita utilizar medicamentos y alimentos para mejorar su salud.

- Controles de prevención obligatorios para los establecimientos de alimentos. (La norma definitiva está prevista para 18 meses después de la promulgación.) Aplica a los productos nacionales e importados. Consiste en dos requisitos para los productos alimenticios:

a) Análisis de Peligros y Riesgos Basadas en controles preventivos: Deben considerar los peligros que pueden ocurrir naturalmente o puede ser introducido involuntariamente.

b) Buenas Prácticas de Manufactura. (Proecuador, 2015, sec.3)

A continuación, el etiquetado del producto en Estados Unidos juega un papel fundamental motivo por el cual vale la pena destacarlo.

Etiquetado general; La información del etiquetado general se debe presentar en inglés utilizando las unidades de medición del sistema inglés (libras, onzas). Debe considerarse, además:

- Declaración de identidad, nombre común o usual del alimento (naturaleza del producto);
- Marca o logo del producto;
- Declaración exacta del contenido neto (peso, volumen);
- Nombre y lugar del establecimiento del fabricante, envasador o distribuidor, exportador;
- País de origen;
- Si fuera elaborado con dos o más ingredientes, se deberá detallar la lista completa de los ingredientes, enumerados por su nombre común o usual y en orden decreciente a la cantidad presente en el producto.

Etiquetado nutricional; Para el etiquetado nutricional, los fabricantes deben proporcionar la información que se presenta a continuación. Los diferentes componentes están listados en el orden en que deben aparecer en la etiqueta:

- Calorías totales (total calories)
- de grasas (calories from fat)
- Calorías de grasas saturadas (calories from saturated fat)

- Grasa total (total fat)
- Grasas saturadas (saturated fat)
- Grasas polisaturadas (polysaturated fat)
- Grasas monosaturadas (monosaturated fat)
- Colesterol (cholesterol)
- Sodio (sodium)
- Potasio (potassium).
- Carbohidratos totales (total carbohydrate)
- Fibra dietética (dietary fiber)
- Fibra soluble (soluble fiber)
- Fibra insoluble (insoluble fiber)
- Azúcares (sugars)
- Alcohol proveniente de azúcares (sugar alcohol)
- Otros carbohidratos (other carbohydrate)
- Proteína (protein)
- Vitamina A (vitamin A).
- Porcentaje de vitamina A presente como betacaroteno
- Vitamina C (vitamin C) , Calcio (calcium), Hierro (iron) (SIICEX, 2016,P.15, 16)

Figura 2. Información Nutricional

Nutrition Facts		
Información Nutricional		
Tamaño de porción /Serving Size	45g. (1 unidad)	
Porciones por envase /Serv. per container	1	
Cantidad por porción /Amount per serving		
Energía Total /Energy	724 kJ (173 Kcal)	
Energía de la grasa /Energy from fat.	188 kJ (45Kcal)	
	% de Valor Diario*	
Grasa Total /Total fat	5 g	8 %
Grasa Saturada /Saturated fat	3 g	14 %
Ácidos grasos mono insaturados	2 g	
Ácidos grasos poli insaturados	0.6g	
Grasa Trans /Trans fat	0 g	0 %
Colesterol /Cholesterol	61 mg	20 %
Sodio /Sodium	65 mg	3 %
Carbohidratos Totales /Total Carb.	28 g	9 %
Fibra dietética /Dietary fiber.	0 g	0 %
Azúcares /Sugars	11 g	
Proteína /Protein	4 g	8 %
Calcio /Calcium	8 %	Hierro /Iron 9 %
No es fuente significativa de vitaminas A y C.		
* Los porcentajes de los Valores Diarios están basados en una dieta de 8380 kJ (2000 calorías)		
Percent Daily Values are based on a 2000 (8380 kJ) calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs.		

Fuente: Empresa Dulces de Alicia

Dentro del proceso exportable destaca la aplicación de Regímenes de Importación-Exportación, para este caso nos basaremos únicamente en los Regímenes de exportación.

Según SENA, (2016) manifiesta que “Exportación definitiva (Régimen 40) Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legislación vigente. (Art. 158 del Reglamento al Copci).”

Finalmente es importante mencionar el incoterms que se utilizara para la exportación del producto al mercado estadounidense el cual es el incoterms Free On Board el cual delimita obligaciones y responsabilidades tanto del importador como del exportador.

(...) El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte, pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado. El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo, si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo. El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa. El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado. (Proecuador, 2010, Sec.1)

1.2.2 Marco Legal

²(COPCI, 2015) “Mediante el artículo 71, publicado en el suplemento del Registro Oficial No. 351 del 29 de diciembre del 2010, se creó el Comité de Comercio Exterior, como el órgano encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial” (p.32).

Es importante aplicar estas políticas para un manejo adecuado del comercio ecuatoriano.

“Mediante artículo 158, publicado en el Registro Oficial, Los Regímenes de Exportación, Regímenes de no transformación, Exportación Definitiva, Régimen 40, permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano” (p.33)

³(COMEX, 2014) “Mediante el Art. 304, establece entre los objetivos de la política comercial; desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a través del objetivo estratégico, establecido en el Plan Nacional de Desarrollo; regula, promueve y ejecuta las acciones para impulsar la inserción estratégica del país, en la economía mundial y fortalecer la producción nacional” (p.1).

“Mediante el Art. 284, dispone que la política económica tiene como objetivos incentivar la producción nacional, la productividad, la inserción estratégica en la economía mundial, además de mantener la estabilidad económica entendido como el máximo nivel del producción y empleo sostenibles” (p.1)

1.2.3 Marco Conceptual

⁴**Quesadilla:** se denomina un pastel típico de la gastronomía ecuatoriana hecho a base de masa, leche, queso y huevo.

⁵**Aduana:** oficina pública del Estado, situada en las fronteras, puertos o aeropuertos, donde se registran los géneros y mercancías que se importan o exportan y se cobran los derechos que adeudan según el arancel correspondiente.

² http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/resolucion_0272015_reforma_a_la_resolucion_013_2015.pdf

³ www.abaco.ec/equal/ipaper/COMEX_0012-2015.doc

⁴ www.dulcesdealicia.com/produccion/productos/23-quesadilla-grande

⁵ www.aduana.gob.ec/

Regímenes Aduaneros: Es el tratamiento aplicable a las mercancías, solicitado por el declarante, de acuerdo a la legislación aduanera vigente.

⁶ www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/

CAPÍTULO 2

MÉTODOLOGIA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 Metodología

Para la investigación exploratoria se indagó en base de datos como el Banco central, SIICEX y la Aduana del Ecuador, y para el estudio concluyente se aplicó un estudio descriptivo cuali-cuantitativo en tres universos. El primer universo fueron los clientes actuales a los cuales se les aplicó una encuesta mediante la aplicación de una muestra para medir sus niveles de satisfacción con respecto al producto, el segundo universo fueron los públicos internos mediante un censo para medir la producción y el tercer universo fueron los clientes potenciales mediante la aplicación de una entrevista. Luego de recolectar los datos se utilizó SPSS y para las entrevistas se utilizó medios electrónicos así como ofimática.

2.1.2 Método

Análisis y Síntesis. - La investigación inicia por conocer la realidad de la empresa, identificando los procesos que integran su estructura asociados a la exportación del producto.

Histórico Lógico. - Se utilizó el conocimiento del problema en base a su trayectoria histórica y los cambios que ha experimentado en el transcurso del tiempo.

Estadístico. - Se utiliza datos estadísticos de comercio exterior: importaciones y exportaciones, porcentajes que evidencian los resultados cuantitativos del estudio.

2.1.3 Población y Muestra

Población. - Se trabajará con las personas involucradas directamente con la exportación del producto como son: Gerente General, Jefe Financiero dentro de la empresa De Alicia y externamente se analizará a los clientes actuales que consumen el producto en la ciudad de Cuenca para tener una idea básica de la demanda existente.

Muestra: se procedió a realizar una segmentación de mercado partiendo desde la población del actual del Ecuador hasta el número de personas de entre 30-60 años de edad del barrio de San Blas de la ciudad de Cuenca considerados como clientes que consumen el producto.

Tabla 1. Segmentación de mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
Población del Ecuador	16'298.217
Población en la Provincia del Azuay	712.127
Población en el Cantón Cuenca	505.585
Personas entre 30 – 60 Años	235.278
Personas entre 30 – 60 años del barrio San Blas del centro de la ciudad de Cuenca.	180

Tamaño de la población: 180

Nivel de confianza: 95%

Margen de error: 4%

Resultado: 129

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

$$n = 129$$

Para el cálculo de la muestra se utilizó un tamaño de población de 180 personas del barrio de San Blas de la ciudad de Cuenca, con un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 4% lo que da un resultado de 129 encuestas a realizar.

2.1.4 Selección de Instrumentos de Investigación

Para la recolección de datos se utilizará el método de encuestas las mismas que serán realizadas al personal que labora en la empresa. Para analizar el mercado se aplicó en método de entrevista a gerentes de empresas consolidadoras de productos de primera necesidad en Estados Unidos y a entidades del sector público.

2.1.5 Procesamiento de Datos

Una vez realizada las encuestas y las entrevistas se procederán con la tabulación de los resultados.

2.2 Cuadro de producto de panadería, que países son los principales para la exportación.

Tabla 2 Productos de panadería

Japón	3.121	2,6%
Francia	3.799	3,2%
Alemania	4.793	4,0%
Puerto Rico	4.827	4,0%
Canadá	5.410	4,5%
España	7.699	6,4%
Rusia	8.541	7,1%
Holanda	13.376	11,2%
Estados Unidos	45.905	38,3%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Valeria Delgado

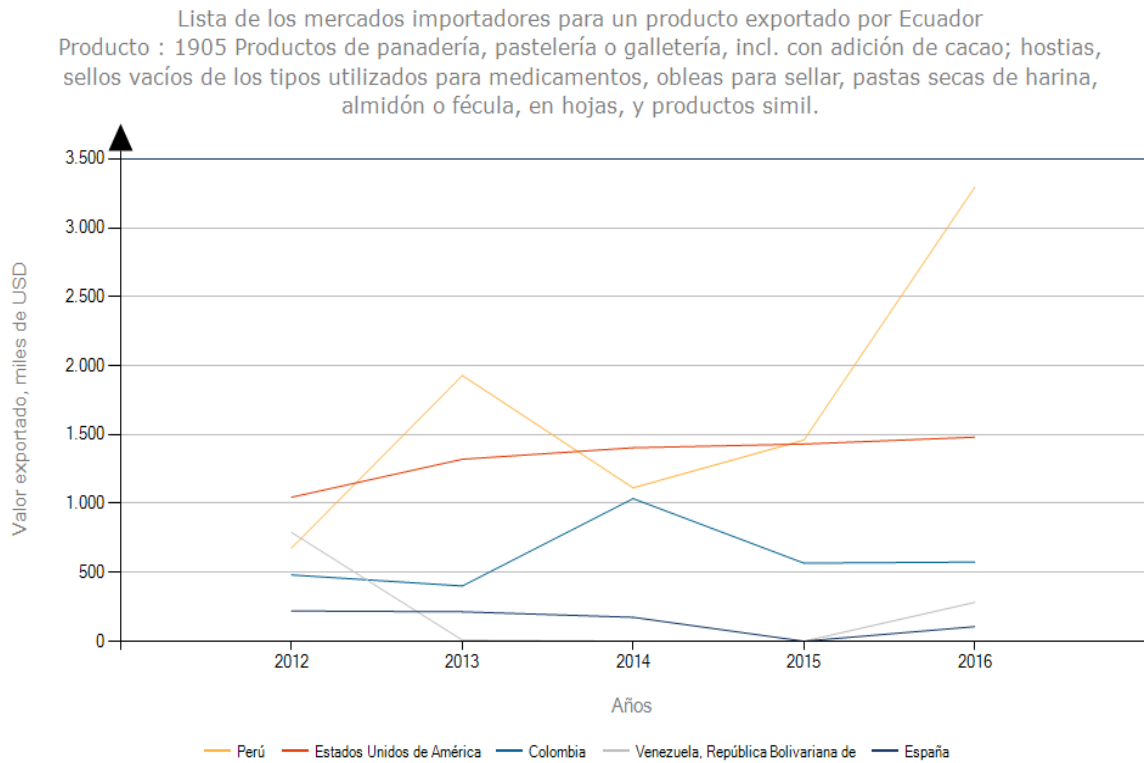
2.3 Relaciones Comerciales entre Ecuador y Estados Unidos.

Durante los últimos años, las relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos no han sido favorables ya que el gobierno ecuatoriano renunció de manera unilateral e irrevocable a las Preferencias Arancelarias Andinas (ATPDA, por sus siglas en inglés, que otorga EE.UU. en compensación por la lucha contra las drogas). El presidente del Ecuador considera a Estado Unidos como un país que busca un dominio político.

Anteriormente los Estados Unidos de Norteamérica otorgaba un tratado unilateral de preferencias arancelarias ATPDA que en año el 2002 firmó con Colombia, Perú, Bolivia y Ecuador, en compensación por los costos ocasionados por la lucha contra el tráfico de drogas.

Según la Federación de Exportadores, el monto de exportaciones afectadas por no tener el ATPDA asciende a 242 millones de dólares y se estima que se pierden unas 16 mil plazas de trabajo. El impacto afecta directamente a 296 productos que pagan variados porcentajes de aranceles; entre los productos más afectados se destacan los siguientes:

Figura 3. Mercados Importadores



Fuente: Trademap

2.4 Análisis Balanza Comercial de Ecuador

Durante enero-julio del 2017, se presenta un superávit en la balanza comercial total de USD 737 millones. Las exportaciones crecieron en un 17.4% al comparar el mismo periodo respecto al año 2016, así mismo las importaciones crecieron en un 23.1%, si bien es cierto tenemos productos estrellas en los cuales podemos tener ventaja frente a nuestros países vecinos, sin embargo, debemos tomar en cuenta que tanto las exportaciones como las importaciones son componentes muy importantes para la balanza.

2.5 Balanza Comercial de Ecuador con Estados Unidos

Tabla 3 Balanza Comercial

Balanza Comercial Total Ecuador - EE. UU Miles USB - FOB			
Años	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
2012	\$10.586.303	\$6.499.021	\$4.087.282
2013	\$11.013.256	\$7.418.623	\$3.594.633
2014	\$11.211.729	\$8.379.839	\$2.831.890
2015	\$7.197.272	\$5.488.696	\$1.708.576
2016	\$5.410.920	\$3.890.066	\$1.520.854
2017	\$4.602.700	\$2.940.995	\$1.661.705

Fuente: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/ficha-pais-online/>

Elaborado por: Valeria Delgado

2.6 Análisis Balanza Comercial de Ecuador con Estados Unidos

Conforme lo demuestra el gráfico, en el período 2012-2016, Ecuador ha mantenido una balanza comercial incluido petróleo positiva con EEUU durante los últimos años. La apertura comercial entre los países inició con la creación del programa SGP (Sistema Generalizado de Preferencias)

2.7 Principales destinos de las exportaciones del Ecuador

El principal destino de las exportaciones no petroleras de Ecuador en el periodo de enero – agosto del 2017 fue Estados Unidos con una participación del 22.09% de las exportaciones no petroleras, le siguieron Vietnam con un 11.57%, Rusia con un 6.92% y Colombia con 6.09%. Al revisar los veinte principales destinos de nuestras exportaciones no petroleras, siete corresponden a países de América.

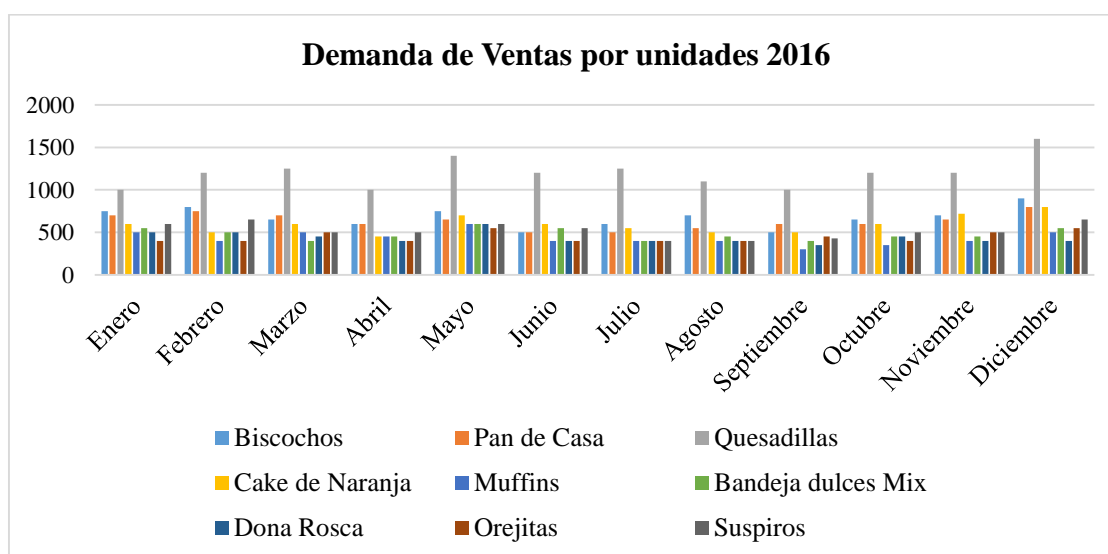
Tabla 4. Destinos de Exportaciones del Ecuador

Principales destinos de las exportaciones No petroleras de Ecuador 2017 Ene-Ago.		
PAÍS	MILES USD FOB	PARTICIPACIÓN %
ESTADOS UNIDOS	1790,71	22.09%
VIETNAM	938,34	11.57%
RUSIA	560,933	6.92%
COLOMBIA	493,679	6.09%
ESPAÑA	410,103	5.06%
ITALIA	399,025	4.92%
ALEMANIA	332,471	4.10%
PAISES BAJOS	330,488	4.08%
CHINA	302,436	3.73%
FRANCIA	186,538	2.30%
PERÚ	184,633	2.28%
CHILE	183,346	2.26%
ARGENTINA	156,634	1.93%
JAPÓN	133,163	1.64%
REINO UNIDO	133,009	1.64%
BÉLGICA	122,995	1.52%
MÉXICO	83,454	1.03%
TURQUIA	82,262	1.01%
BRASIL	80,293	0.99%
ARABIA SAUDITA	74,914	0.92%
DEMÁS PAÍSES	1,128,251	13.92%
TOTAL	8,107,607	100%

Fuente: http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ic_07_82
 Elaborado por: Valeria Delgado

2.8 Demanda

Figura 4. Demanda



Fuente: Empresa De Alicia
 Elaborado por: Valeria Delgado

De acuerdo al cuadro antes indicado podemos ver que dentro de los productos de la empresa De Alicia tenemos ocho tipos de productos que son lo que la mayoría cubre el mercado local, siendo el producto más solicitado las quesadillas además cabe recalcar que la empresa actualmente cuenta con maquinaria tecnificada de primera calidad con una capacidad productiva diaria de 18.000 quesadillas. Siendo el tope máximo de producción por parte de la empresa por lo tanto se puede concluir que la demanda en el mercado local alcanza alrededor de 1600 quesadillas siendo lo restante de la producción lo considerado para una exportación masiva futura

2.9 Participación en el mercado de Estados Unidos

$$Q = \text{clientes} * \text{cantidad estimada de venta} * \text{Precio}$$

$$Q = 2,339.000 * 1 * 3.50$$

$$Q = 8,186.500$$

$$Q = 0.22\%$$

La exportación de quesadillas de la empresa De Alicia proyecta una participación del 0.22% en el potencial del mercado total de Estados Unidos, en Queens en New York. Para este cálculo se analizó en base a tres variables; los clientes, cantidad de venta y el precio de venta al público por lo cual se determinó el porcentaje de utilidad en el mercado objetivo

2.10 Análisis de las encuestas de satisfacción del mercado interno local

1. Indique su Sexo

Tabla 5. Sexo

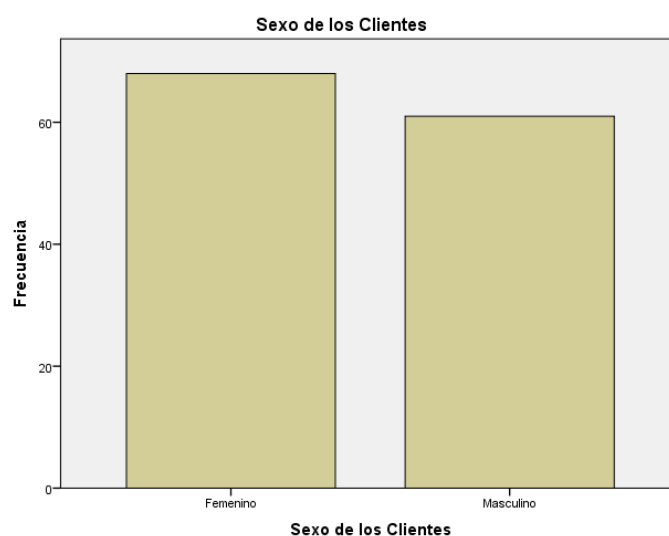
Sexo de los Clientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Femenino	68	51,5	52,7	52,7
Válidos Masculino	61	46,2	47,3	100,0
Total	129	97,7	100,0	
Perdidos Sistema	3	2,3		
Total	132	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 5. Sexo



Interpretación: según las encuestas realizadas en el barrio San Blas de la ciudad de Cuenca el 52.7% son mujeres.

1. ¿Cuánto tiempo lleva consumiendo los productos de la empresa dulces De Alicia?

Tabla 6. Consumo

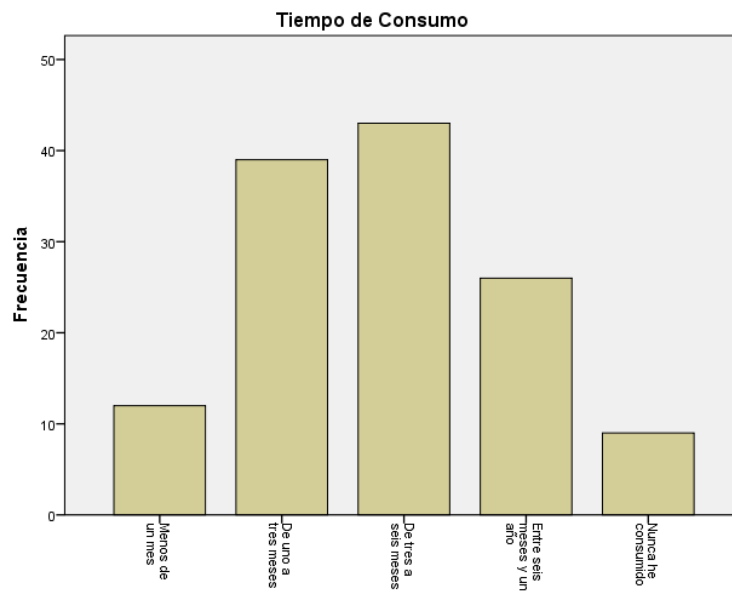
Tiempo de Consumo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de un mes	12	9,1	9,3
	De uno a tres meses	39	29,5	39,5
	De tres a seis meses	43	32,6	72,9
	Entre seis meses y un año	26	19,7	93,0
	Nunca he consumido	9	6,8	100,0
Total	129	97,7	100,0	
Perdidos	Sistema	3	2,3	
Total	132	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 6. Consumo



Interpretación: el 32.6% manifiesta que consume el producto de tres a seis meses seguido con el 29.5% que corresponde de uno a tres meses, se puede observar que el consumo del producto es frecuente.

2. ¿Cómo conoció la empresa dulces De Alicia?

Tabla 7. Conocimiento

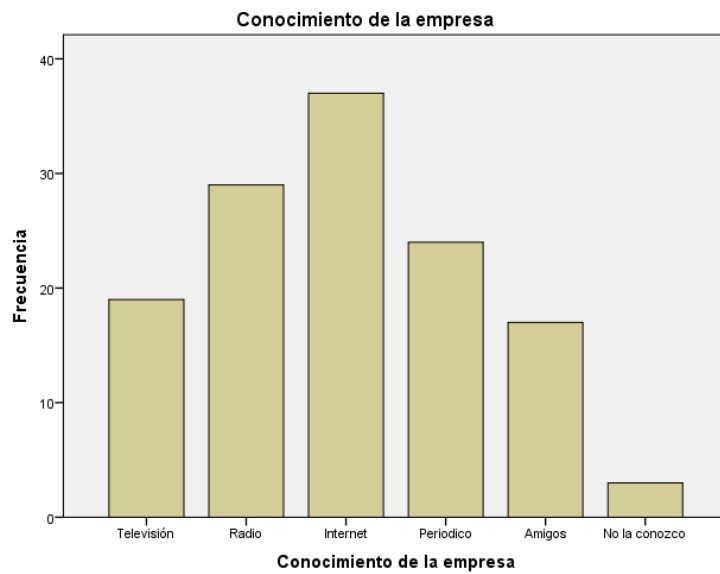
Conocimiento de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Televisión	19	14,4	14,7
	Radio	29	22,0	37,2
	Internet	37	28,0	65,9
	Periódico	24	18,2	84,5
	Amigos	17	12,9	97,7
	No la conozco	3	2,3	2,3
Total	129	97,7	100,0	
Perdidos	Sistema	3	2,3	
Total	132	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 7. Conocimiento



Interpretación: el 28% indica que conoció a la empresa mediante internet seguido por el 22% que se refiere a radio, la mayor parte de las personas conocen el producto por medio estas dichas redes.

3. ¿Con qué frecuencia consume el producto?

Tabla 8. Frecuencia

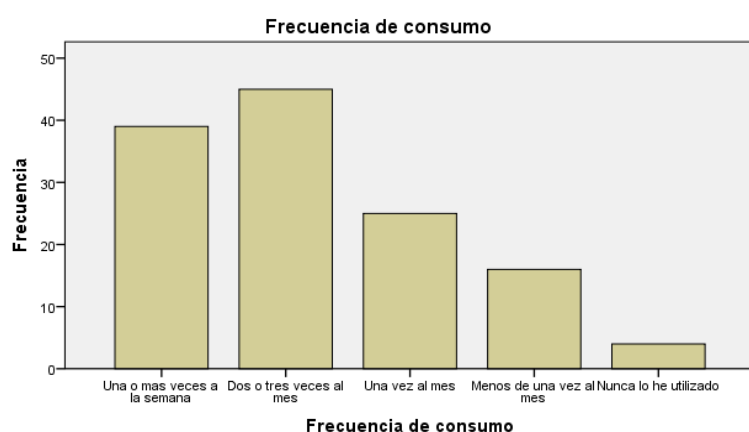
Frecuencia de consumo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Una o mas veces a la semana	39	29,5	30,2
	Dos o tres veces al mes	45	34,1	65,1
	Una vez al mes	25	18,9	84,5
	Menos de una vez al mes	16	12,1	96,9
	Nunca lo he utilizado	4	3,0	3,1
	Total	129	97,7	100,0
Perdidos	Sistema	3	2,3	
Total		132	100,0	

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 8. Frecuencia



Interpretación: el 34.1% manifiesta que su frecuencia de consumo es de dos o tres veces al mes, seguido por el 29.5% que es de una o más veces a la semana lo que refleja que le producto tiene un consumo frecuente.

4. Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con dulces De Alicia en una escala de 1 a 10, donde 10 es completamente satisfecho y 1 es completamente insatisfecho

Tabla 9. Satisfacción

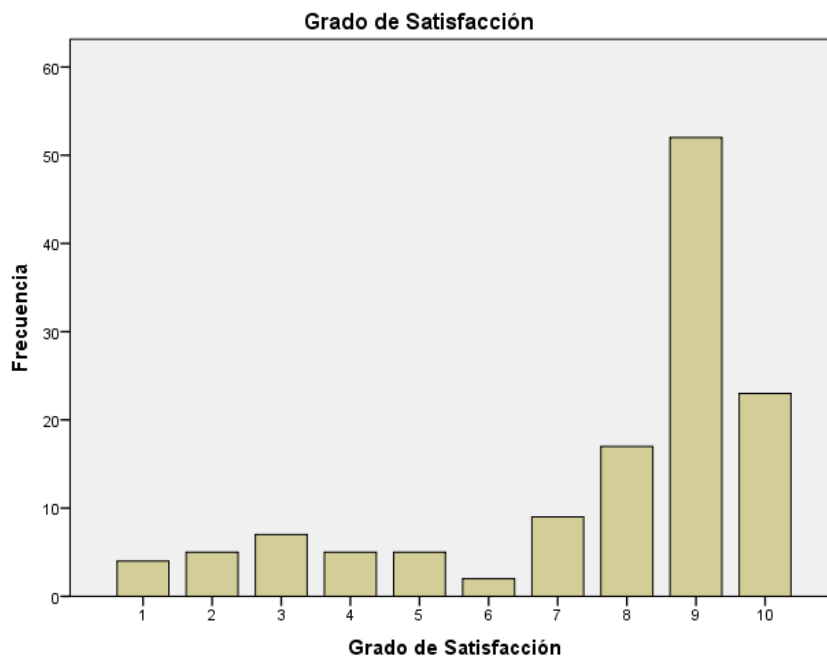
Grado de Satisfacción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	4	3,0	3,1	3,1
2	5	3,8	3,9	7,0
3	7	5,3	5,4	12,4
4	5	3,8	3,9	16,3
5	5	3,8	3,9	20,2
Válidos 6	2	1,5	1,6	21,7
7	9	6,8	7,0	28,7
8	17	12,9	13,2	41,9
9	52	39,4	40,3	82,2
10	23	17,4	17,8	100,0
Total	129	97,7	100,0	
Perdidos Sistema	3	2,3		
Total	132	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 9. Satisfacción



Interpretación: en la pregunta número 5 se puede evidenciar que el 40.3% indica que se siente satisfecho con el producto, seguido por el 17.8% que está satisfecho con las quesadillas que ofrecen la empresa De Alicia.

5. ¿Está de acuerdo con el empaque de los productos de dulces de Alicia?

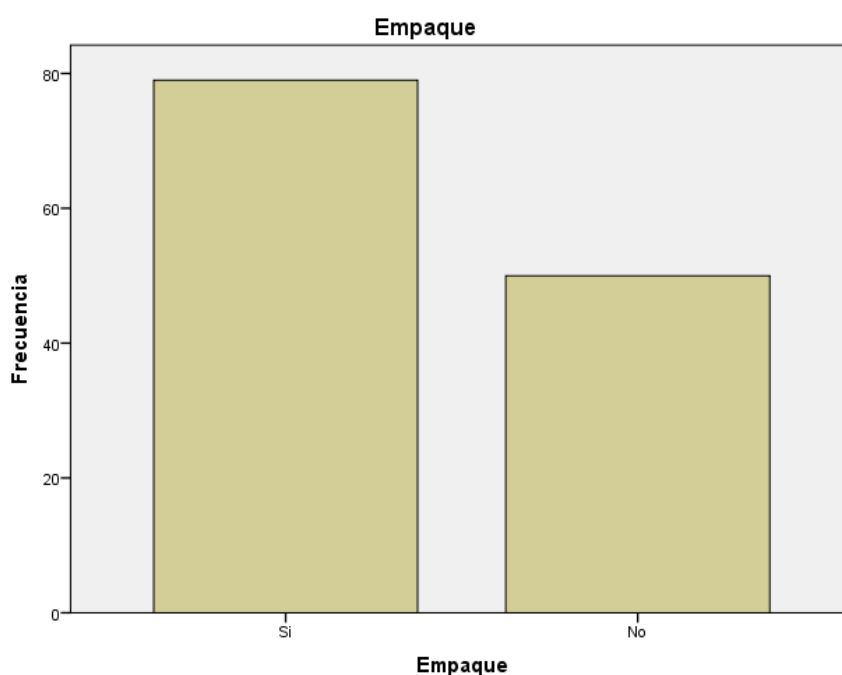
Tabla 10. Empaque

		Empaque			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	79	59,8	61,2	61,2
	No	50	37,9	38,8	100,0
	Total	129	97,7	100,0	
Perdidos	Sistema	3	2,3		
Total		132	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 10. Empaque.



Interpretación: el 61.2% personas encuestadas está de acuerdo con el empaque que presenta la empresa De Alicia, por lo que tiene una aceptación por parte de los clientes satisfechos con el producto.

7. En comparación con otras alternativas de tipo producto, el producto de dulces De Alicia es

Tabla 11. Alternativas

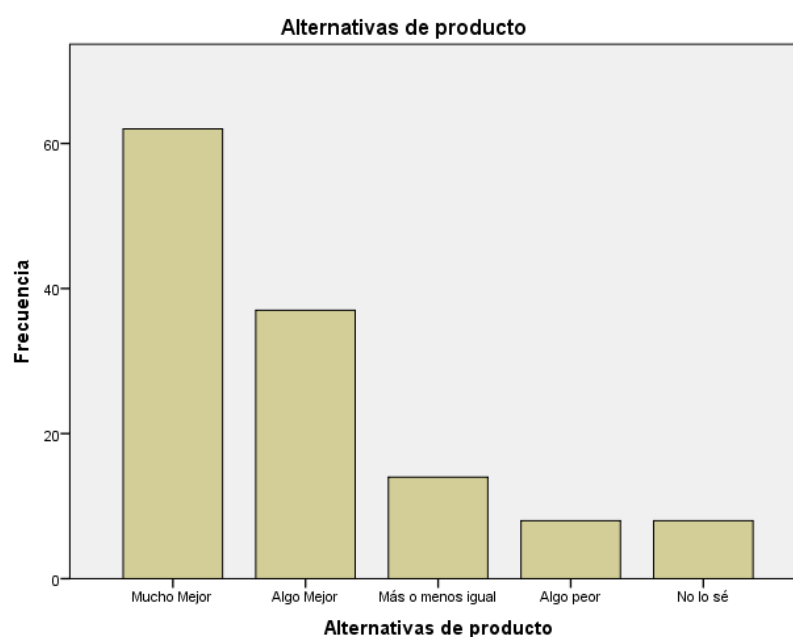
Alternativas de producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mucho Mejor	62	47,0	48,1	48,1
Algo Mejor	37	28,0	28,7	76,7
Más o menos igual	14	10,6	10,9	87,6
Válidos Algo peor	8	6,1	6,2	93,8
No lo sé	8	6,1	6,2	100,0
Total	129	97,7	100,0	
Perdidos Sistema	3	2,3		
Total	132	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 11. Alternativas



Interpretación: el 48.1% de las personas encuestadas manifiestan que los productos que brinda la empresa De Alicia es mucho mejor frente a productos de la competencia.

8. ¿Ha recomendado usted productos de la empresa De Alicia a otras personas?

Tabla 12. Recomendación

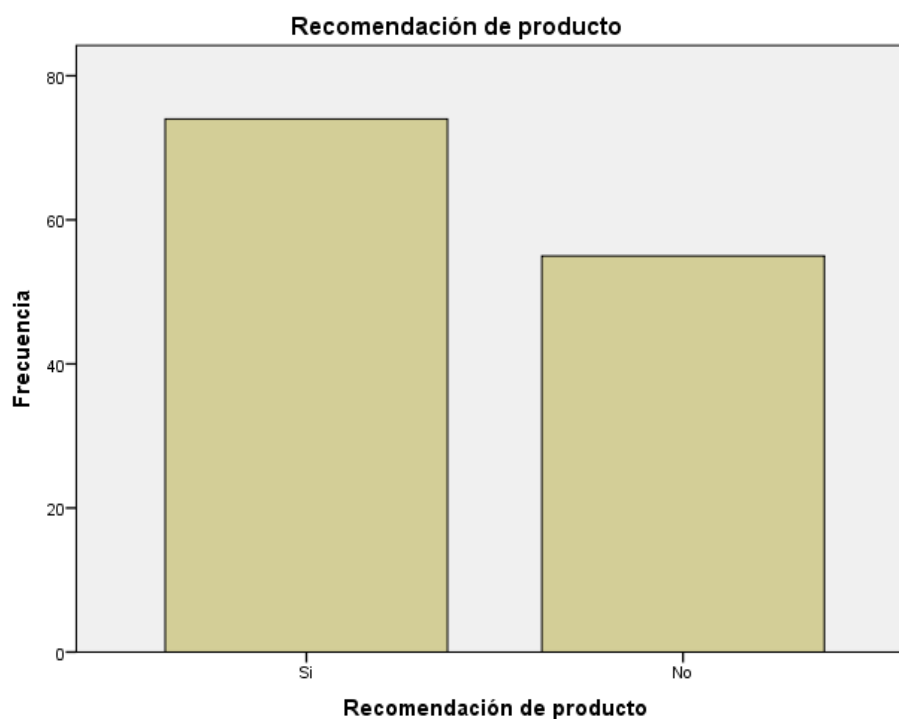
Recomendación de producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	74	56,1	57,4	57,4
Válidos No	55	41,7	42,6	100,0
Total	129	97,7	100,0	
Perdidos Sistema	3	2,3		
Total	132	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 12. Recomendación



Interpretación: según la tabla numero 8 el 57.4% de las personas manifiesta que si han recomendado el producto de la empresa De Alicia.

2.10 Análisis de las encuestas al productor

1. Indique su Sexo

Tabla 13. Sexo de los trabajadores

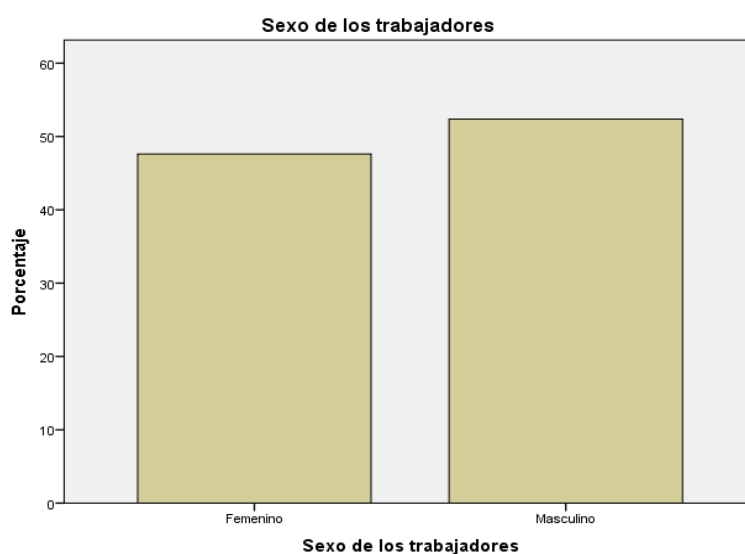
Sexo de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Femenino	10	41,7	47,6	47,6
Válidos Masculino	11	45,8	52,4	100,0
Total	21	87,5	100,0	
Perdidos Sistema	0	12,5		
Total	24	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 13. Sexo de los trabajadores



Interpretación: De acuerdo a los resultados podemos observar que en la empresa De Alicia la mayoría de personas que trabajan son de sexo Masculino

9. Indique su edad

Tabla 14. Edad

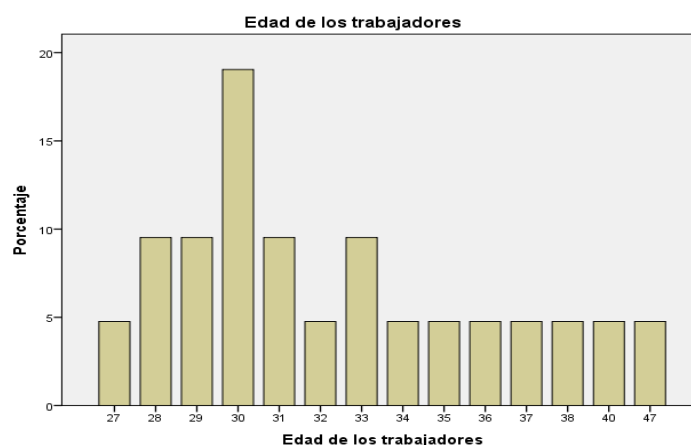
Edad de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
27	1	4,2	4,8	4,8
28	2	8,3	9,5	14,3
29	2	8,3	9,5	23,8
30	4	16,7	19,0	42,9
31	2	8,3	9,5	52,4
32	1	4,2	4,8	57,1
33	2	8,3	9,5	66,7
34	1	4,2	4,8	71,4
35	1	4,2	4,8	76,2
36	1	4,2	4,8	81,0
37	1	4,2	4,8	85,7
38	1	4,2	4,8	90,5
40	1	4,2	4,8	95,2
47	1	4,2	4,8	100,0
Total	21	87,5	100,0	
Sistema	0	12,5		
Total	24	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 14. Edad



Interpretación: el 16.7% corresponde a la edad de los trabajadores que se encuentra entre los 30 años de edad

3. Se siente conforme trabajando en la empresa

Tabla 15. Trabajo en el empresa

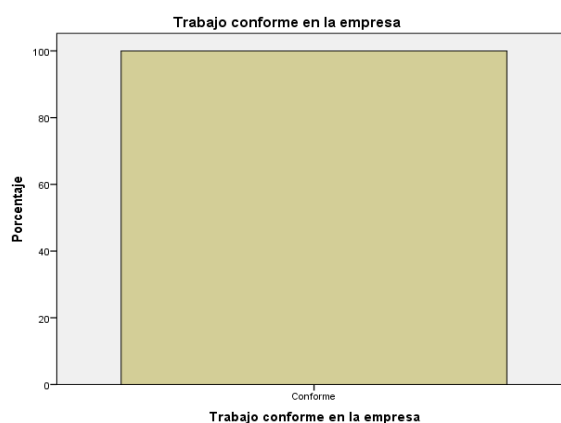
Trabajo conforme en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Conforme	21	87,5	100,0	100,0
	Sistema	3	12,5		
Total		24	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 15. Trabajo en la empresa



Interpretación: De acuerdo a los datos el 100% se encuentra conforme trabajando en la empresa, debido a las nuevas adquisiciones que la empresa ha implementado

4. Usted como trabajador se siente satisfecho con las nuevas máquinas que emplea la empresa

Tabla 16. Maquinaria

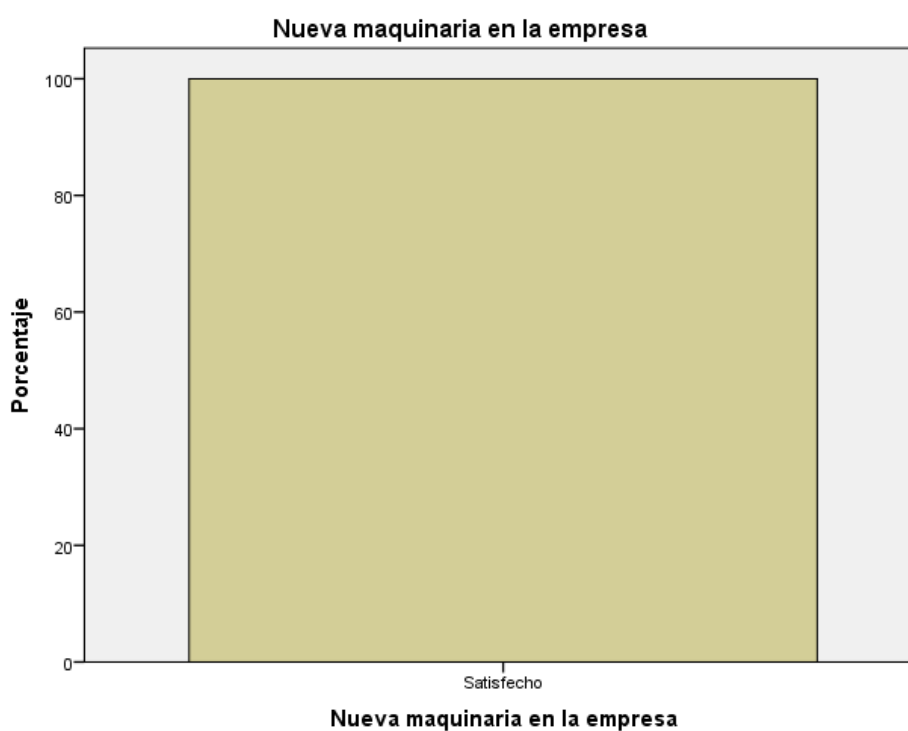
Nueva maquinaria en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Satisfecho	21	87,5	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	3	12,5		
Total		24	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 16. Maquinaria



Interpretación: el 100% de los trabajadores se siente satisfecho con las nuevas maquinarias que la empresa ha implementado para la mejor producción de los productos que la empresa ofrece.

5. Cuál es el producto que más se fabrica

Tabla 17. Producto

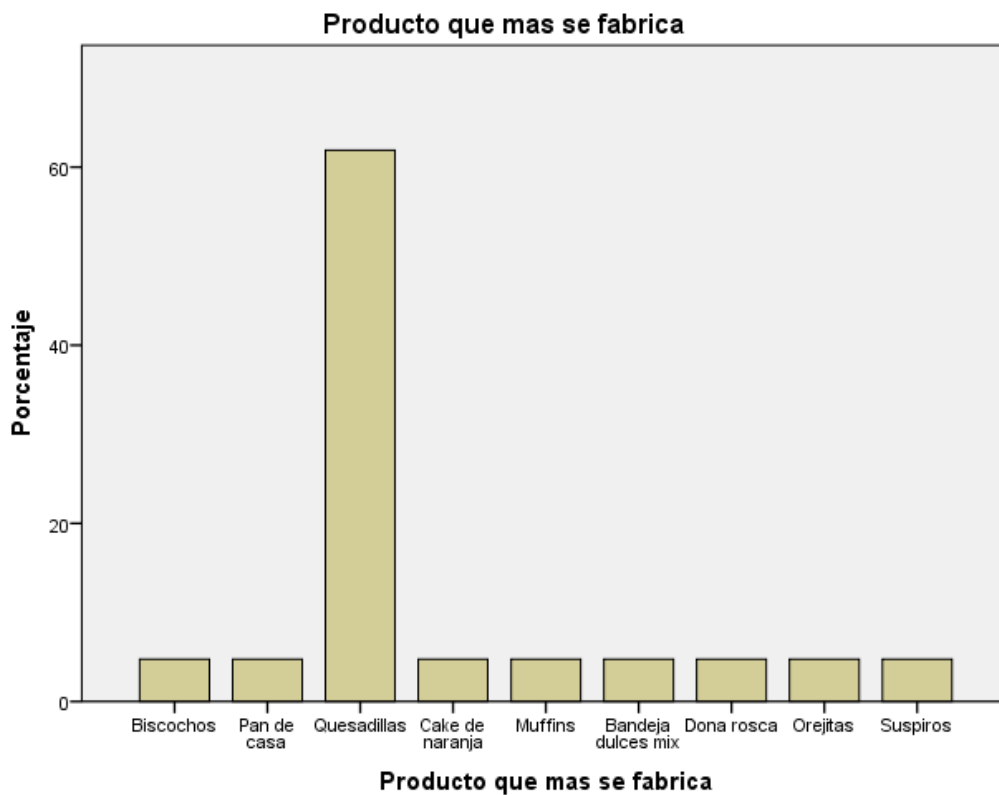
Producto que más se fabrica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Biscochos	1	4,2	4,8
	Pan de casa	1	4,2	4,8
	Quesadillas	13	54,2	61,9
	Cake de naranja	1	4,2	4,8
	Muffins	1	4,2	4,8
	Bandejas dulces mix	1	4,2	4,8
	Dona rosca	1	4,2	4,8
	Orejitas	1	4,2	4,8
	Suspiros	1	4,2	4,8
	Total	21	87,5	100,0
Perdidos	Sistema	3	12,5	
Total	24	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 17. Producto



Interpretación: el 54.2% corresponde a la producción de quesadillas que es el producto emblemático por esta razón es ideal la exportación de las mismas.

6. Cuál es el tiempo de duración de las quesadillas posterior a su proceso productivo

Tabla 18. Tiempos de duración

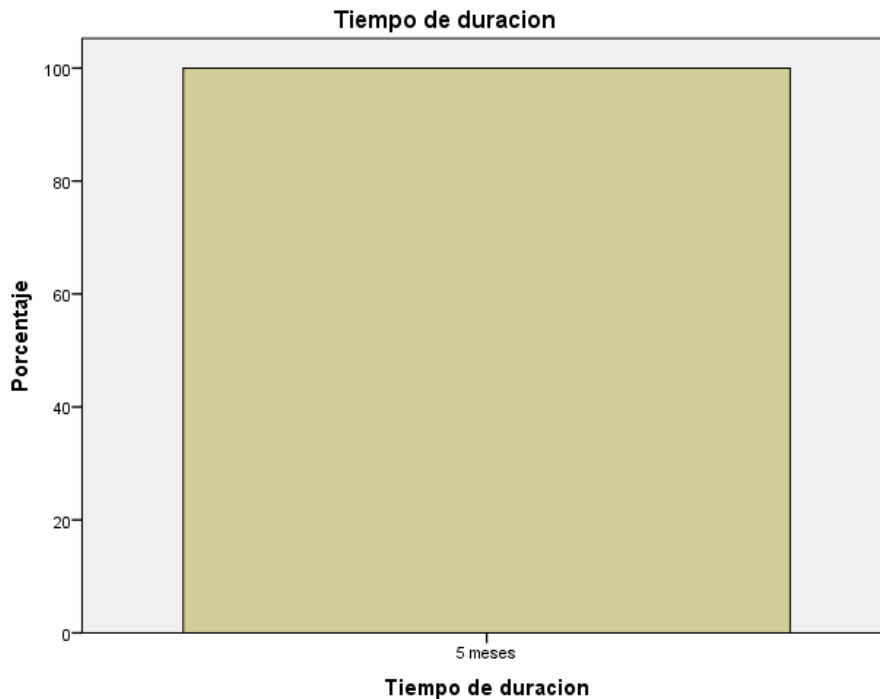
Tiempo de duración

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 5 meses	21	87,5	100,0	100,0
Perdidos Sistema	3	12,5		
Total	24	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 18. Tiempo de duración



Interpretación: de acuerdo a los datos la duración del producto es de 5 meses posteriores a su elaboración, por esta razón se plantea el objetivo de la exportación ya que cumple con la duración necesaria hasta llegar a su país de destino.

7. Cuentan con registro sanitario

Tabla 19. Registro

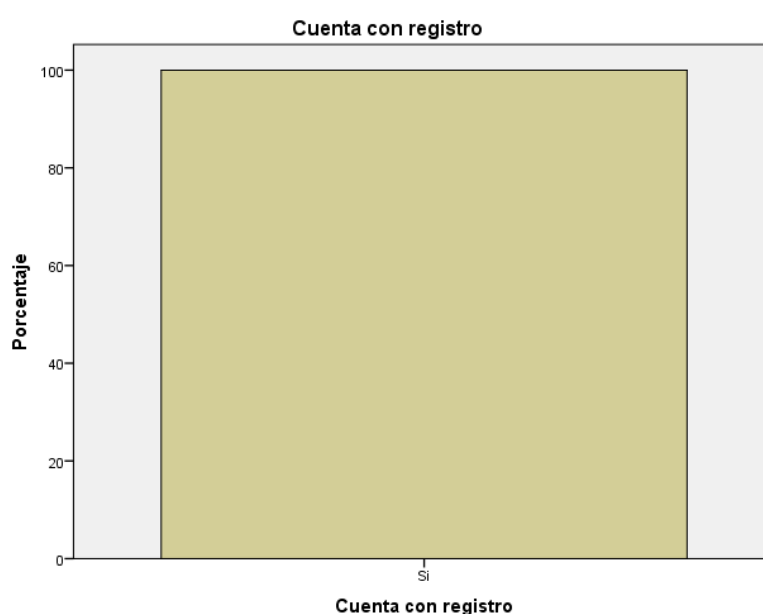
Cuenta con registro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	21	87,5	100,0	100,0
Perdidos Sistema	3	12,5		
Total	24	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 19. Registro



Interpretación: el 100% de los trabajadores están completamente informados sobre los registros que la empresa mantiene, entre ella tenemos las Buenas Prácticas de Manufactura que ha sido otorgado a la empresa.

8.El empaque del producto es el ideal para llegar al mercado meta

Tabla 20. Empaque

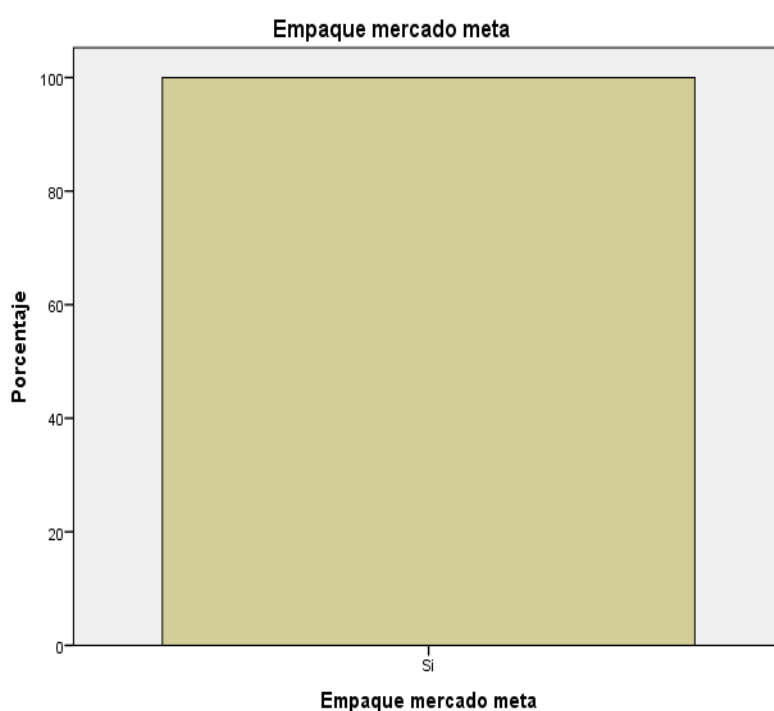
Empaque mercado meta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	21	87,5	100,0	100,0
Perdidos Sistema	3	12,5		
Total	24	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 20. Empaque



Interpretación: Para llegar al mercado meta el 100% de los trabajadores están seguros que el empaque es el apropiado para su destino, ya que cuenta con la información necesaria de nutrición y con un semáforo en donde indica los niveles de alimentación.

9. Actualmente cuenta la empresa con alguna certificación

Tabla 21. Certificación

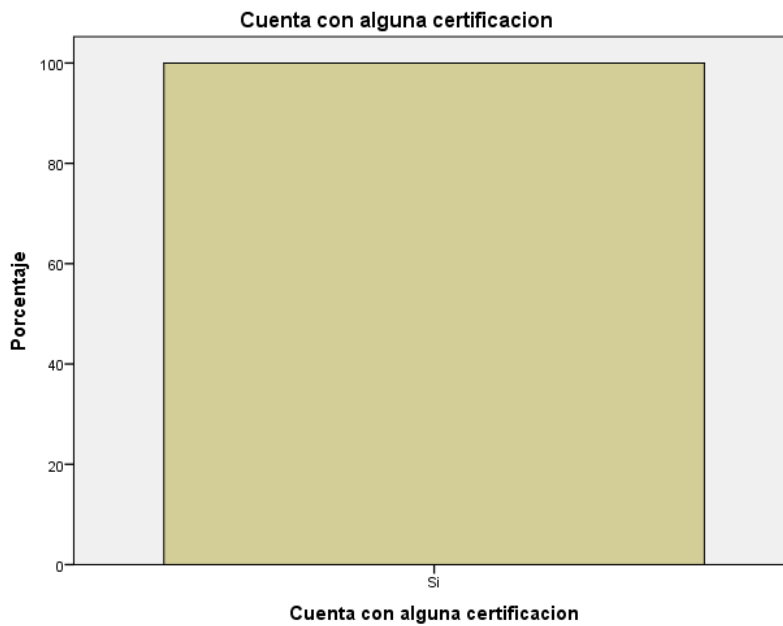
Cuenta con alguna certificación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	21	87,5	100,0	100,0
Perdidos Sistema	3	12,5		
Total	24	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 21. Certificación



Interpretación: el 100% de los trabajadores esta la tanto de las certificaciones que la empresa tiene, por la constante capacitación que su Gerente a mantenido a través de Pro Ecuador.

10. Señale los canales de publicidad que la empresa utiliza para dar a conocer el producto

Tabla 22. Publicidad

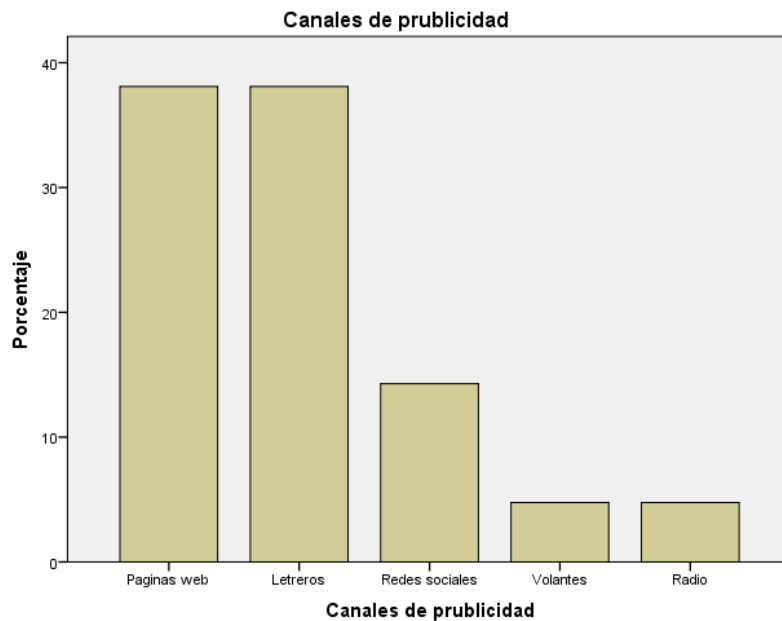
Canales de Publicidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Páginas web	8	33,3	38,1	38,1
	Letreros	8	33,3	38,1	76,2
	Redes sociales	3	12,5	14,3	90,5
	Volantes	1	4,2	4,8	95,2
	Radio	1	4,2	4,8	100,0
	Total	21	87,5	100,0	
Perdidos	Sistema	3	12,5		
Total		24	100,0		

Fuente: Formulario de recolección de datos SPSS

Elaborado por: Valeria Delgado

Figura 22. Publicidad



Interpretación: el 38.1% corresponde a páginas web seguido de letreros con un 38.1% que es la mayor fuerza para la empresa continúe con su publicidad y así darse a conocer por una mayor cantidad de personas, empresas.

2.11 Análisis de las entrevistas del mercado externo

Entrevista al gerente de Panamericana de Alimentos

1. Cuántos años lleva funcionando su empresa en el mercado local

Mi empresa lleva a cabo de 15 años ya en el mercado de Estados Unidos, todo empezó como una idea familiar ya que tenía muchos familiares aquí y cada vez que yo tenía la oportunidad de viajar siempre me pedían que les trajera productos ecuatorianos.

2.Cuál es la aceptación de los productos de origen ecuatoriano hacia el mercado nostálgico.

Desde que inicie mi negocio siempre mi visión fue el poder traer productos para nuestros hermanos ecuatorianos, es así como la primera vez me arriesgue a traer una cantidad pequeña lo cual tuvo una aceptación magnifica ese fue el valor que yo necesitaba para empezar a implementar más productos ecuatorianos en mi local.

3. Ha existido implementación de nuevos productos ecuatorianos a su catálogo de ventas.

Si, poco a poco he visto la necesidad de traer nuevos productos para mi local, el hecho que mi negocio está en una calle muy poblada por migrantes ecuatorianos ya saben en dónde encontrar la variedad de productos.

4. Dentro de su empresa existe sección exclusiva de panadería.

Si ya que el mismo hecho de saber que son productos de nuestra tierra cambia completamente la imaginación se llega a tener otra perspectiva como es el del sabor o el de leer que es un producto hecho en Ecuador.

5. Estaría dispuesto a importar productos de panadería tradicionales originarios de la ciudad de Cuenca.

Las puertas de mi local nunca han estado cerradas siempre he estado buscando productos ecuatorianos para seguir dándoles a conocer aquí para que nuestros hermanos ecuatorianos no se olviden de lo nuestro.

6. Conoce Ud. Sobre la quesadilla ofertada por la empresa De Alicia en el Ecuador

Si hace 2 años llego a mi local el Sr. Rómulo Delgado recuerdo claramente que entro a mi local y observaba mis productos y se acercó y me dijo si me interesaba probar una quesadilla que es realizad por la mamá de el, con gusto le acepte y me encanto tuve la oportunidad de mantener conversaciones para traer el producto, pero lamentablemente por cuestiones de tramites en la aduana el producto no pudo salir.

Ubicación del local

Figura 23. Panamericana de Alimentos



Fuente: google maps

Entrevista al gerente de Family Food

1. Cuántos años lleva funcionando su empresa en el mercado local

Esta gran aventura empezó hace 16 años mi mayor objetivo fue el colocar en mis perchas los denominados productos de la nostalgia dirigidos a la población migrante.

2.Cuál es la aceptación de los productos de origen ecuatoriano hacia el mercado nostálgico.

En mi local tengo una aceptación magnifica todos los días tengo migrantes ecuatorianos que vienen en la búsqueda de productos originarios de nuestra tierra.

3. Ha existido implementación de nuevos productos ecuatorianos a su catálogo de ventas.

Desde que inicié mi negocio esa fue mi meta traer los productos ecuatorianos que más podía, al principio solo traje un contenedor ahora estoy trayendo alrededor de 7 contenedores en los cuales ingresan productos como Harina Ya, Toni, la universal, etc.

4. Dentro de su empresa existe sección exclusiva de panadería.

Tengo una sección muy variada en lo que se refiere a panadería y cada vez estoy tratando de estar informado sobre los nuevos productos que en Ecuador están creando para yo hacer la implementación en lo negocio y que así nuestros migrantes también puedan consumirlo.

5. Estaría dispuesto a importar productos de panadería tradicionales originarios de la ciudad de Cuenca.

Siempre estoy buscando productos de esta ciudad ya que es de donde yo crecí y mi mayor satisfacción es el poder seguir actualizando a nuestros migrantes, cada día hay productos nuevos en el mercado, mientras menos industrializados sean son mejor ya que contiene nuestra propia esencia cuencana.

6. Conoce Ud. Sobre la quesadilla ofertada por la empresa De Alicia en el Ecuador

Como siempre estoy viajando a Ecuador específicamente a Cuenca y recorro los varios supermercados que existen en la ciudad para conocer de los nuevos productos, un día tuve la oportunidad de conocer este producto ya que lo estaban impulsando en un supermercado en realidad me encanto, actualmente estoy interesado en poder traer este producto para poner en las perchas de mi negocio.

Ubicación del local

Figura 24. Localización Family Food



Fuente: google maps

Dirección: Kearny, New Jersey

Teléfono: 201-997-7689

Entrevista a la jefa de oficina comercial de Pro Ecuador en New York

- 1. Como oficina comercial de Proecuador en New York Estados Unidos, que acciones se está tomando para potencializar la incursión de productos ecuatorianos al mercado estadounidense.**

Cada vez estamos promocionando el producto ecuatoriano, ya que aquí existe muchos migrantes, la mejor forma de hacer eso cuando se realiza eventos como por ejemplo en la parada ecuatoriana ahí se puede disfrutar de una gama de variedades procedentes de Ecuador.

- 2. Ha existido participación por parte de empresarios ecuatorianos en eventos realizados por Proecuador como ferias internacionales y macro ruedas de negocios.**

Si en los dos eventos hemos tenido emprendedores ecuatorianos los que cuales han sido de mucho éxito, ya que nuestras oficinas tanto de Estados Unidos como de Ecuador tenemos capacitaciones constantes.

- 3. Desde su punto de vista cree Ud. Que los productos de origen ecuatoriano tienen la suficiente acogida por los migrantes que actualmente viven en New York.**

Si definitivamente, a mí en lo personal me llama mucho la atención la gastronomía ecuatoriana.

- 4.Cuál es el apoyo brindado por parte de la oficina comercial de Proecuador hacia la empresa De Alicia de la ciudad de cuenca.**

Este ha sido un caso éxito de Proecuador este emprendimiento mejoro mucho ya que nosotros ayudamos a mejor el empaque de los productos que ellos ofertan en el mercado, su gerente general ha participado en ruedas de negocios realizadas por nuestra entidad y constantemente asiste a capacitaciones brindadas por nosotros.

- 5.Cuál sería el mecanismo de apoyo que se le brindaría al emprendedor ecuatoriano que desea incursionar al mercado de estados unidos específicamente de New York.**

Las capacitaciones constantes que nosotros brindamos, ahí es cuando empieza las ganas de dar a conocer el producto que tenemos.

Dirección de la Oficina: 500 fifth Avenue Suite. 2420 New York

Teléfono: 212-719-2220

Entrevista al gerente de el Dorado Café

1. Hace cuántos años lleva funcionando su cafetería en New York.

Estoy a punto de cumplir 6 años con mi negocio con la ayuda de mi esposa poco a poco mi cafetería ha ido creciendo y teniendo acogida.

2. Existe demanda por parte de los ecuatorianos residentes en el país.

En mi cafetería tengo clientes de todas partes, pero si con mayor frecuencia nuestros hermanos ecuatorianos ya que yo les puedo ofrecer el café ecuatoriano, al momento que ingresan puede observar la decoración de mi cafetería con artesanías propias de nuestro país.

3. De acuerdo a las características de su negocio ha existido el interés por importar productos de la línea de panadería de origen ecuatoriano para la venta local.

Si, de hecho, tengo productos de panadería que son originarios de mi país Ecuador, tienen gran acogida mi meta es poder ofrecerles mayor cantidad de productos ecuatorianos.

4. Conoce la quesadilla, catalogado como producto netamente tradicional de la gastronomía Cuencana.

Claro que sí, mi esposa constantemente viaja a Cuenca de donde somos nativos ella es la que siempre me está actualizando en los nuevos productos que se ofertan en los supermercados.

5.Cuál es su variación de demanda mensual en la venta de productos de la línea de panadería y sus derivados.

Las ventas se mantienen, pero en el mes de noviembre hasta marzo son más altas ya que el cambio de clima es la razón por lo que mi cafetería tiene mayor ingreso de personas de todas partes por lo que me piden el café acompañado de un producto de panadería.

la realidad económica del país y del mercado objetivo esto debido a que si se llega a concretar la exportación es de suma importancia conocer el entorno económico que rodea a los dos países y saber a qué realidad económica se enfrenta la empresa y no tener problemas posteriores por desconocimiento del mercado.

2.12.2.2 Análisis de la encuesta

Cuantitativamente se utilizó fuentes primarias como la encuesta que permitió analizar el mercado tanto interna como externamente es decir se procedió a realizar una encuesta enfocada a los miembros de la empresa y su gerente para saber en qué condiciones actuales se encuentran y saber si cuentan con la suficiente capacidad productiva para la oferta del producto. Posteriormente en el análisis externo se aplicó una encuesta enfocada a los consumidores locales de las quesadillas realizando una segmentación del mercado, en un barrio específico de la ciudad de Cuenca el cual es muy conocido y existe mucho comercio cabe recalcar que en dicho local está localizada la cafetería de la empresa.

2.12.2.3 Análisis de la entrevista

Se procedió a utilizar las entrevistas electrónicamente, es decir vía Skype con cuatro personas que están relacionadas con la comercialización, distribución y promoción del producto en Estados Unidos, la mencionada entrevista fue de suma importancia que permitió conocer a personas que poseen cafeterías y manejan la comercialización de productos de panadería de origen ecuatoriano y que de alguna manera tiene una relación directa con las quesadillas, pues muchos de los migrantes ecuatorianos acuden a las mencionadas cafeterías para adquirir productos de su tierra las mencionadas cafetería se encuentra ubicada en Queens NY. De igual manera se realizó la entrevista con gerentes de empresas consolidadoras e importadoras de productos ecuatorianos en el mercado de destino ya que ellos conocen cuales son los productos de más demanda en el mercado y finalmente se manejó la entrevista con la oficina comercial de Pro Ecuador en New York para saber si está brindando la suficiente ayuda a los empresarios ecuatorianos que deseen incurrir en el mercado estadounidense con la participación de ferias internacionales y ruedas de negocios.

CAPITULO 3

CONDICIONES Y NORMATIVAS PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESADILLAS

3.1 Cadena de Distribución

Para el producto se utilizará canales de distribución estratégicos en el mercado, ya que al enviar a compradores que tienen sus canales de distribución ya definidos el producto tendrá fácil rotación respecto a sus ventas en el país destino ya que pesara la calidad que este tiene. Dulces de Alicia cuenta con varios proveedores que suministran los distintos insumos para la producción, en la mayoría de los casos la empresa no tiene problemas al cambiar de proveedor si estos incrementan o disminuyen la calidad. Los costos de realizar cambios no representan en el costo total de los productos. Respecto a algunos insumos no existen productos sustitutos o son pocos los proveedores existentes, de modo que la empresa se debe ajustar a las condiciones que éstos presenten. Para no perder poder de negociación respecto a estos proveedores, la organización ha logrado desarrollar buenas relaciones a largo plazo que les permitan extender los plazos de las cuentas por pagar y obtener insumos de calidad

3.2 Fijación del precio final del producto para la exportación al país de destino.

Lograr determinar el precio final del producto mediante la materia prima utilizada para la elaboración del producto, siguiendo los procesos de elaboración del mismo y la mano de obra que se utiliza para la elaboración del producto

Tabla 23. Fijación del precio

Precio Venta Fábrica	360,00
Gastos embalaje	45,00
Gastos etiquetado	20,00
EXW Cuenca	425,00
EXW Cuenca Unitario	2,13
Flete Cuenca-Guayaquil	75,00
Gastos Navieros	60,00
Procesamiento BL	40,00
Handling	50,00
THC	50,00
FOB Guayaquil Port	700,00
FOB Guayaquil Port Unitario	3,50

Elaborado por: Valeria Delgado

3.3 Normativas para la exportación del producto al país destino.

3.3.1 Partida arancelaria

Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares. Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos del tipo de los utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares.

Capítulo:19

Partida: 1905.90.90.00

3.3.2 Trámites para registrarse como exportador

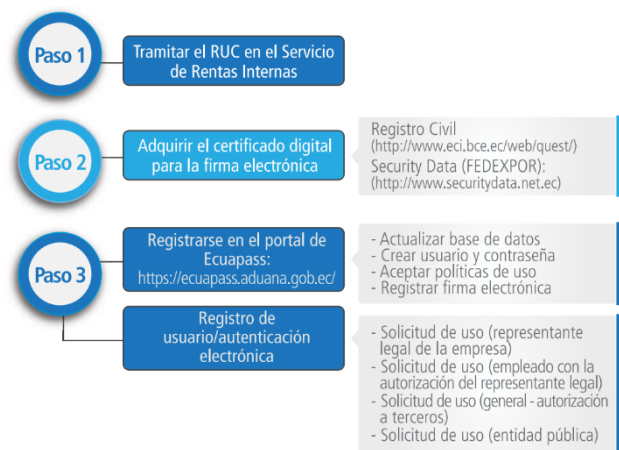
1.- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.

2.- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:

- Registro Civil: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>

3.3.3 Registro como exportador en el Ecuapass

Figura 26. Registro como exportador



Fuente: Proecuador

3.3.4 Fase de pre-embarque

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque, sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

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

- Factura comercial original
- Lista de empaque
- Autorizaciones previas

3.3.5 Fase de post-embarque

Una vez que se realiza este registro, la DAE obtiene la marca REGULARIZADA. Para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos:

- Copia de la factura comercial
- Copia de la lista de empaque
- Copia de certificado de origen
- Copias no negociables de Documento de transporte multimodal

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

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

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

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

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

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

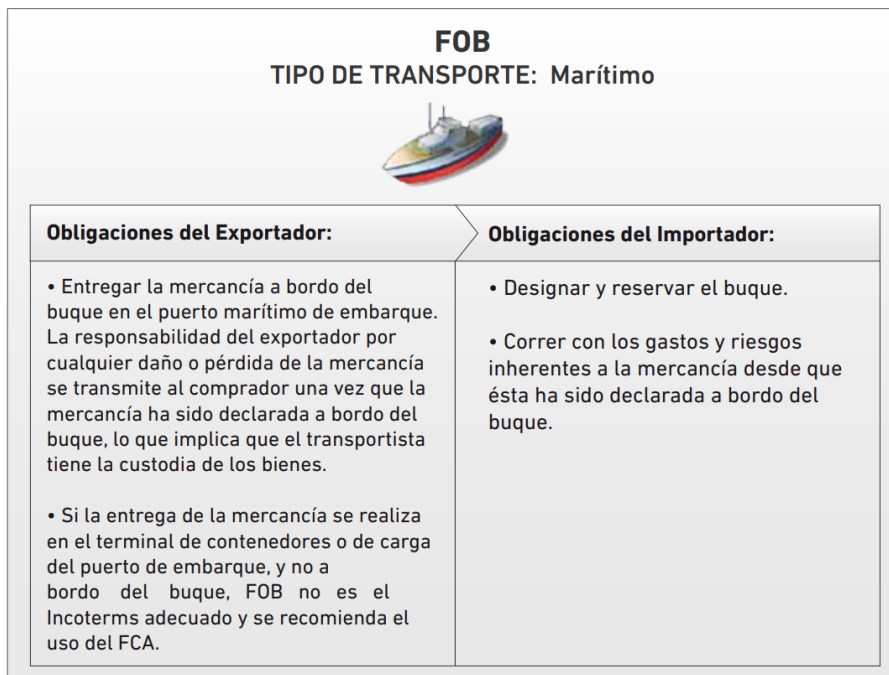
En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación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

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

3.3.6 FOB (Franco a bordo)

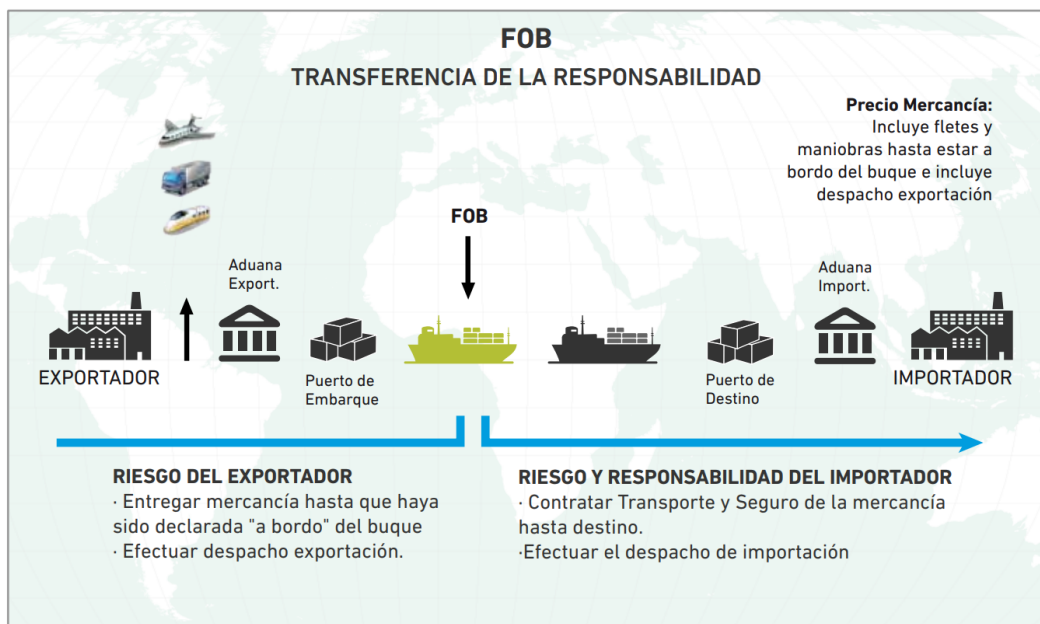
Basándonos en lo antes indicado se realizó el análisis de que la exportación se realizaría en incoterms FOB dando así el servicio necesario.

Figura 27. FOB



Fuente: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/>

Figura 28. Transferencia de la Responsabilidad



Fuente: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/>

3.4 Requisitos generales de acceso al mercado

Tratamiento de las importaciones en Estados Unidos. - Se debe considerar la complejidad y los diferentes factores que influyen en el proceso de importación de un producto en Estados Unidos, por lo tanto, es difícil establecer con exactitud un lapso de tiempo para realizar un trámite normal aduanero, ya que estos se encuentran en función de muchas variables, como tipo de producto, inspecciones necesarias, importador nuevo, etc.

Pero una vez, que se tiene la correcta asesoría y experiencia en estas transacciones el proceso, podría cumplir un tiempo “ideal”. Cumpliendo todos los requerimientos formales, el producto importado, dado que los procesos están vinculados por medios informáticos, el tiempo “ideal” en que puede llegar a ser liberado por el US Customs and Border Protection USCBP es de un día aproximadamente.

Para lograrlo, es importante que el importador cuente con un agente aduanal en el puerto de entrada; que el producto venga empaquetado de la manera correcta para cumplir con las normas seguridad; que los respectivos documentos hayan sido cumplimentados y entregados debidamente; que el importador tenga historial y buena reputación con aduana (perfil de riesgo).

Documentación necesaria

- Factura Comercial
- Nota de venta o recibo
- Certificado de Origen

El oficial del USCBP pueda determinar si las mercancías objeto de importación son admisibles, y de ser el caso, proceder a la clasificación correcta en el Sistema Arancelario Armonizado de Estados Unidos y determinar el arancel que debe ser cancelado. Aunque no existe un formato específico de factura, conforme a la regulación del USCBP, como mínimo, una factura comercial debería contener los siguientes datos:

1. Descripción clara del artículo
2. Cantidad
3. Valor (ya sea precio pagado preferiblemente en dólares de Estados Unidos)
4. País de origen

5. Lugar de compra
6. Nombre de la empresa o persona que vende la mercancía
7. Ubicación de la empresa o persona que vende la mercancía
8. Nombre y dirección de la empresa o persona que compra la mercancía, si es distinta del Importador y
9. La dirección en Estados Unidos de la persona o empresa a la que los productos son enviados.

Cada factura deberá exponer en detalle, para cada clase o tipo de mercancía, todos los descuentos de la lista o precio base que haya sido fijado como precio de compra o valor.

Cuando más de una factura está incluida en la misma importación, cada factura con sus anexos se numerará consecutivamente por el importador en la parte inferior de la cara de cada página, comenzando con el número.

Otras facturas Factura pro forma: Si la factura comercial exigida no se presenta en el momento de la mercancía es introducida, una declaración en la forma de una factura (una factura pro forma) debe ser presentada por el importador en el momento de la entrada. Un bono es dado para la producción de la factura requiere no menos de 120 días a partir de la fecha de la sumaria de entrada, o la entrada si no hay sumaria de entrada. Si la factura es necesaria para fines estadísticos, por lo general, deberá presentarse dentro de 50 días a partir de la fecha en que se requiere la sumaria de entrada que se presente. El exportador debe tener en cuenta que a menos que él o ella envía la factura requerida en el tiempo, el importador estadounidense tendrá responsabilidad en virtud de su vínculo por no presentar la factura con el director del puerto de la CBP antes de que el plazo de 120 días expire.

3.5 Proceso de comercialización para la exportación de las quesadillas.

Se trabajará con la cadena de supermercados enfocados a la comunidad latina, específicamente con Panamericana de Alimentos, que es una proveedora de productos ecuatorianos en Estados Unidos y que se enfoca al mercado nostálgico de migrantes.

3.6 Cadena Logística de Exportación

3.6.1 Determinación de Empaque, Embalaje y Cubicaje

3.6.1.1 Embalaje y Etiquetado

Figura 29. Caja



Figura 30. Papel de embalaje



Sera embalado en cajas de cartón un total de 1200 quesadillas, además se acompañara de un papel cartón para embalaje lo cual ayudara a que el producto no sude

3.6.1.2 Cubicaje

Tabla 24. Cubicaje

Cubicaje por contenedor:		
Largo del contenedor/Largo del palet	10	Palets de largo
Ancho del contenedor/Ancho del palet	2	Palets de ancho
Alto del contenedor/Alto del palet	3	Palets de alto
Total:	20	Palets en cada contenedor

Figura 31. Contenedor



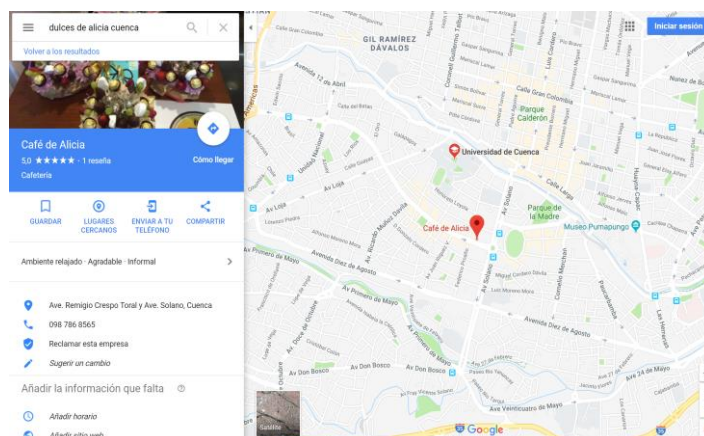
Fuente: iContainers

3.6.2 Características Logísticas

País Exportador: República del Ecuador

Lugar de Producción: Ciudad de Cuenca

Figura 32. Localización



Fuente: google maps

3.6.3 Cadena de distribución

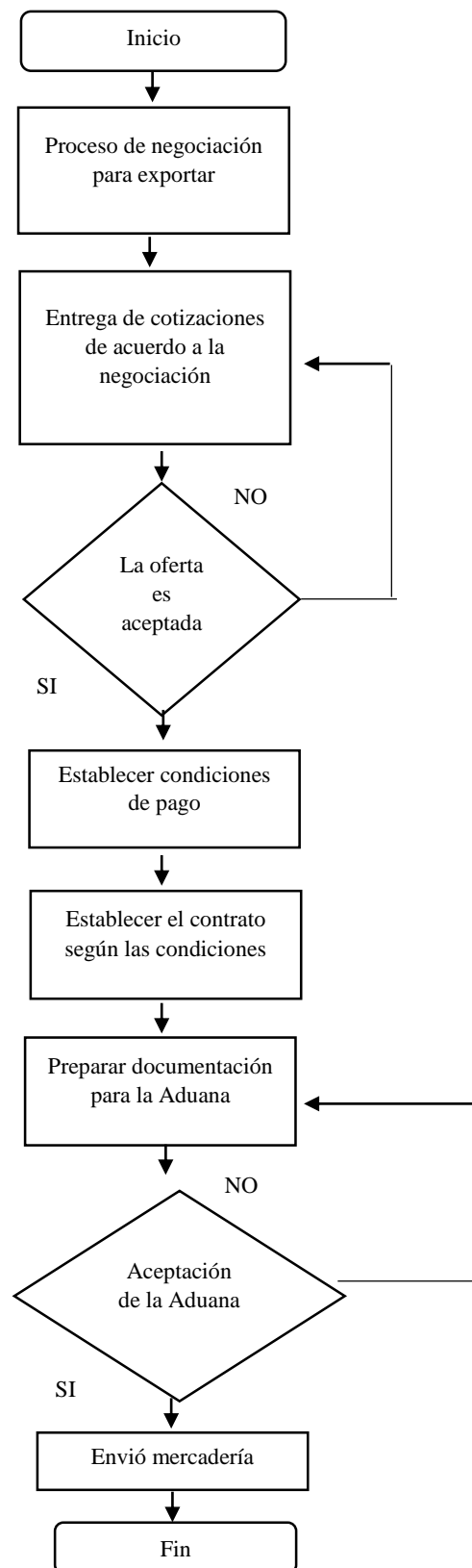
Figura 33. Cadena de Distribución



Nuestra cadena de distribución empieza desde el productor en el cual adquirimos la materia prima para la elaboración de las quesadillas y de esta manera comenzamos el trabajo para terminar el producto de calidad implementando terminados de acuerdo al gusto del cliente y el mercado y comenzar la comercialización.

3.6.4 Trámite de exportación en general

Figura 34. Trámite de exportación



Elaborado por: Valeria Delgado

- Se contacta al importador y se hace llegar la proforma de la compra, después de que el importador acepte las condiciones de la misma se procede a formalizar con una orden de compra en la cual se debe especificar las responsabilidades por cada parte.

- El importador solicita el pago mediante transferencia bancaria para poder proceder con el envío.

- El exportador a través de un agente de aduana presentará la declaración de las mercancías con destino al extranjero en la que solicitará el régimen aduanero al que se someterá.

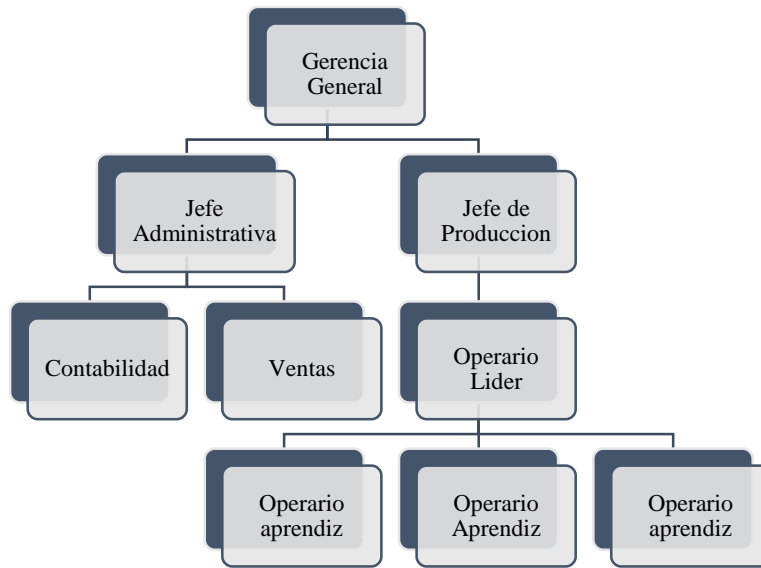
Antes de aforo los exportadores deben declarar ante la SENA E Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador las exportaciones que van a realizar mediante el régimen 24⁷ (Es un régimen especial aduanero por el cual se autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con suspensión del pago de tributos, por un tiempo determinado, destinadas a exhibición en recintos previamente autorizados, así como de mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración, libre del pago de tributos al comercio exterior, previo el cumplimiento de los requisitos y formalidades aduaneras. (Art. 190 del Reglamento al Copci)) y 40 (Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legislación vigente. (Art. 158 del Reglamento al Copci)).

- Para liquidar la exportación el agente de aduana presenta en la SENA E la documentación pertinente para que se compruebe la información de la DAU y procederá a la aprobación y cancelación definitiva.

⁷ http://www.aduana.gob.ec/pro/special_regimes.action

3.6.5 Organización de la empresa De Alicia

Figura 35. Organización de la empresa



Elaborado por: Valeria Delgado

3.6.6 Misión

Dulces de Alicia tiene como misión elaborar y compartir al mundo productos tradicionales, que sean el fiel reflejo de lo bueno, lo rico y lo hermoso que es Ecuador.

3.6.7 Visión

Construir una empresa que posicione la marca Dulces de Alicia en el mercado nacional y que desarrolle productos que sean el sinónimo de lo bien hecho en casa, presentando así la una capacidad competitiva de exportación.

3.6.8 Perfil del País Importador

Figura 36. Perfil del país

	Capital	Washington, DC
	Moneda	DÓLAR
DEMOGRÁFICO	Población (julio 2017 est)	326,625,791
	Tasa de crecimiento poblacional anual (est 2017)	0.8%
SOCIAL	Indice de GINI - Distribución del Ingreso (2007) Puesto 40	45
	Indice de Desarrollo Humano (2016)	0.920 (Puesto 10) Desarrollo Humano Muy Alto
	Tasa de Desempleo (% del total de la fuerza de trabajo) 2016 est.	4.7%
ECONÓMICO	PIB (Billones de dólares americanos, est. 2016)	18.57
	PIB per cápita PPA (dólares, est. 2016)	57,400
	Crecimiento del PIB (tasa de crecimiento real, est. 2016)	1.6%
	Composición del PIB por sector (2016):	
	Agricultura	0.9%
Industria	18.9%	
Servicios	80.2%	
	Inflación anual (est. 2016)	1.3%

Fuente: Procuador

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS FINANCIERO

En todo proyecto se debe realizar un estado financiero ya que mediante el mismo podemos realizar un estudio, utilizando indicadores para poder cuantificar y medir la realidad económica del proyecto obteniendo así un análisis tanto de ganancias como de pérdidas del mismo.

Objetivos del Análisis Financiero

- Proveer información útil para la toma de decisiones
- Establecer los ingresos mediante las ventas generadas del proyecto
- Establecer los costos y gastos generados para la exportación
- Obtener los resultados del estado financiero

4.1 Inversiones:

4.1.1 Inversión inicial

4.1.1.1 Inversión fija

Tabla 25. Inversión Inicial

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT	VALOR TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	26	\$ 17.130,00	\$ 28.160,00
Amasadoras	2	\$ 1.080,00	\$ 2.160,00
Laminadoras	10	\$ 150,00	\$ 1.500,00
Batidoras	10	\$ 900,00	\$ 9.000,00
Horno grande de 20 bandejas y dos	1	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00
Hornos pequeños de 5 bandejas	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Horno de 10 bandejas	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
EQUIPOS DE OFICINA	8	339,99	\$ 371,38
Mesas	2	\$ 14,29	\$ 28,58
Sillas	4	\$ 5,70	\$ 22,80
Computador	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Impresora	1	\$ 70,00	\$ 70,00
INVERSIÓN FIJA			\$ 28.531,38

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.1.2 Inversión diferida (inversión intangible)

Tabla 26. Inversión Intangible

DETALLE	COSTOS TOTALES
Instalaciones y Adecuaciones	\$ 1.500,00
Permisos de exportación	\$ 150,00
Registro de Marcas	\$ 1.000,00
INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 2.650,00

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.1.3 Inversión total desglosada

Tabla 27. Inversión total requerida

DETALLE	COSTOS TOTALES
INVERSIÓN FIJA	\$ 28.531,38
INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 2.650,00
INVERSIONES INICIAL TOTAL	\$ 31.457,07

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.2 Capital de trabajo

Tabla 28. Capital de Trabajo

COSTOS DE PRODUCCIÓN	VALOR TOTAL
Materia Prima	\$ 14.922,65
Mano de Obra	\$ 824,70
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 1.410,50
Empaque	\$ 54.000,00
Exportación	\$ 1.818,75
	\$ 72.976,60

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.3 Financiamiento

Tabla 29. Financiamiento

DETALLE	COSTOS TOTALES	% PARTICIP.
ACTIVOS FIJOS	\$ 28.531,38	21,50%
ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 31.181,38	23,50%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 72.976,60	55,00%
TOTAL, A FINANCIAR	\$ 132.689,36	100%

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Tabla 30. Fuente de financiamiento

GERENTE	\$ 7.689,36	6%
INSTITUCIÓN FINANCIERA	\$ 125.000,00	94%
	\$ 132.689,36	100%

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

Los recursos monetarios necesarios para iniciar con la actividad de exportación alcanzan los \$ 132.689,36, de lo cual el 55% pertenece al capital de trabajo, el 21,5% a la inversión fija que se ejecutará y el 23.50% acerca de todos los permisos y pagos necesarios para la ejecución. Los fondos se obtendrán por un aporte del gerente de la entidad por \$ 7.689,36 lo cual equivale al 6% del total requerido, por otro lado, el 96% restante se obtendrá en un préstamo con la Corporación Financiera Nacional, con una tasa del 7.79% mensual.

4.4 Depreciaciones

Tabla 31. Depreciaciones

DETALLE	VALOR TOTAL	% DEPRECIACIÓN	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 28.160,00		\$ 2.816,00	\$ 234,67
Amasadoras	\$ 2.160,00	10%	\$ 216,00	\$ 18,00
Laminadoras	\$ 1.500,00	10%	\$ 150,00	\$ 12,50
Batidoras	\$ 9.000,00	10%	\$ 900,00	\$ 75,00
Horno grande de 20 bandejas y dos	\$ 11.000,00	10%	\$ 1.100,00	\$ 91,67
Hornos pequeños de 5 bandejas	\$ 1.000,00	10%	\$ 100,00	\$ 8,33
Horno de 10 bandejas	\$ 3.500,00	10%	\$ 350,00	\$ 29,17
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 371,38		\$ 110,74	\$ 0,10
Mesas	\$ 28,58	10%	\$ 2,86	\$ 0,03
Sillas	\$ 22,80	10%	\$ 2,28	\$ 0,04
Computador	\$ 250,00	33%	\$ 82,50	\$ 0,00
Impresora	\$ 70,00	33%	\$ 23,10	\$ 0,01
INVERSIÓN FIJA	\$ 28.531,38		\$ 2.926,74	\$ 234,76

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.5 Tablas de amortizaciones

Institución Financiera: Corporación Financiera Nacional

Monto: \$ 130.000,00

Plazo: 5 años

Tabla 32. Amortización

Cuota	Fecha Pago	Saldo Capital	Capital	Interés	Valor Cuota	Tasa Interés
1	11/19/2017	130,000.00	1,791.74	812.50	2,604.24	7.79
2	12/19/2017	128,208.26	1,802.94	801.30	2,604.24	7.79
3	1/18/2018	126,405.32	1,814.21	790.03	2,604.24	7.79
4	2/17/2018	124,591.11	1,825.55	778.69	2,604.24	7.79
5	3/19/2018	122,765.56	1,836.96	767.28	2,604.24	7.79
6	4/18/2018	120,928.60	1,848.44	755.80	2,604.24	7.79
7	5/18/2018	119,080.16	1,859.99	744.25	2,604.24	7.79
8	6/17/2018	117,220.17	1,871.61	732.63	2,604.24	7.79
9	7/17/2018	115,348.56	1,883.31	720.93	2,604.24	7.79
10	8/16/2018	113,465.25	1,895.08	709.16	2,604.24	7.79
11	9/15/2018	111,570.17	1,906.93	697.31	2,604.24	7.79
12	10/15/2018	109,663.24	1,918.84	685.40	2,604.24	7.79
13	11/14/2018	107,744.40	1,930.84	673.40	2,604.24	7.79

14	12/14/2018	105,813.56	1,942.91	661.33	2,604.24	7.79
15	1/13/2019	103,870.65	1,955.05	649.19	2,604.24	7.79
16	02/12/2019	101,915.60	1,967.27	636.97	2,604.24	7.79
17	3/14/2019	99,948.33	1,979.56	624.68	2,604.24	7.79
18	4/13/2019	97,968.77	1,991.94	612.30	2,604.24	7.79
19	5/13/2019	95,976.83	2,004.38	599.86	2,604.24	7.79
20	06/12/2019	93,972.45	2,016.91	587.33	2,604.24	7.79
21	07/12/2019	91,955.54	2,029.52	574.72	2,604.24	7.79
22	08/11/2019	89,926.02	2,042.20	562.04	2,604.24	7.79
23	09/10/2019	87,883.82	2,054.97	549.27	2,604.24	7.79
24	10/10/2019	85,828.85	2,067.81	536.43	2,604.24	7.79
25	11/09/2019	83,761.04	2,080.73	523.51	2,604.24	7.79
26	12/09/2019	81,680.31	2,093.74	510.50	2,604.24	7.79
27	01/08/2020	79,586.57	2,106.82	497.42	2,604.24	7.79
28	02/07/2020	77,479.75	2,119.99	484.25	2,604.24	7.79
29	03/08/2020	75,359.76	2,133.24	471.00	2,604.24	7.79
30	04/07/2020	73,226.52	2,146.57	457.67	2,604.24	7.79
31	05/07/2020	71,079.95	2,159.99	444.25	2,604.24	7.79
32	06/06/2020	68,919.96	2,173.49	430.75	2,604.24	7.79
33	07/06/2020	66,746.47	2,187.07	417.17	2,604.24	7.79
34	08/05/2020	64,559.40	2,200.74	403.50	2,604.24	7.79
35	09/04/2020	62,358.66	2,214.50	389.74	2,604.24	7.79
36	10/04/2020	60,144.16	2,228.34	375.90	2,604.24	7.79
37	11/03/2020	57,915.82	2,242.27	361.97	2,604.24	7.79
38	12/03/2020	55,673.55	2,256.28	347.96	2,604.24	7.79
39	01/02/2021	53,417.27	2,270.38	333.86	2,604.24	7.79
40	02/01/2021	51,146.89	2,284.57	319.67	2,604.24	7.79
41	03/03/2021	48,862.32	2,298.85	305.39	2,604.24	7.79
42	04/02/2021	46,563.47	2,313.22	291.02	2,604.24	7.79
43	05/02/2021	44,250.25	2,327.68	276.56	2,604.24	7.79
44	06/01/2021	41,922.57	2,342.22	262.02	2,604.24	7.79
45	07/01/2021	39,580.35	2,356.86	247.38	2,604.24	7.79
46	7/31/2021	37,223.49	2,371.59	232.65	2,604.24	7.79
47	8/30/2021	34,851.90	2,386.42	217.82	2,604.24	7.79
48	9/29/2021	32,465.48	2,401.33	202.91	2,604.24	7.79
49	10/29/2021	30,064.15	2,416.34	187.90	2,604.24	7.79
50	11/28/2021	27,647.81	2,431.44	172.80	2,604.24	7.79
51	12/28/2021	25,216.37	2,446.64	157.60	2,604.24	7.79
52	1/27/2022	22,769.73	2,461.93	142.31	2,604.24	7.79
53	2/26/2022	20,307.80	2,477.32	126.92	2,604.24	7.79
54	3/28/2022	17,830.48	2,492.80	111.44	2,604.24	7.79
55	4/27/2022	15,337.68	2,508.38	95.86	2,604.24	7.79
56	5/27/2022	12,829.30	2,524.06	80.18	2,604.24	7.79
57	6/26/2022	10,305.24	2,539.83	64.41	2,604.24	7.79
58	7/26/2022	7,765.41	2,555.71	48.53	2,604.24	7.79

59	8/25/2022	5,209.70	2,571.68	32.56	2,604.24	7.79
60	9/24/2022	2,638.02	2,638.02	16.49	2,654.51	7.79
	TOTAL:		130,000.00	26,304.67	156,304.67	

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.6 Ventas, pronósticos de ventas, ventas anuales y mensuales (exportación), costos de ventas

Tabla 33. Ventas Esperadas

	Mensuales	Anuales
Cantidad	1200	14.600
Valor	\$ 4.200	\$ 50.400

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.7 COSTO DE VENTAS

4.7.1 Materia Prima

Tabla 34. Costo Materia Prima

Ingredientes	Requerimiento por unidad		Valor Unitario	Valor Total	Capacidad de Prod. Diaria	Costo de Prod. Diario	Capacidad de Producción Anual	Costo de Prod. Anual
Huevos	0,75	unidades	\$ 0,09	\$ 0,07	18000	\$ 1.215,00	4320000	\$ 291.600,00
Leche En Polvo	0,09	gramos	\$ 0,01	\$ 0,00	18000	\$ 15,31	4320000	\$ 3.674,16
Harina De Trigo Fortificada	45,00	gramos	\$ 0,00	\$ 0,12	18000	\$ 2.187,00	4320000	\$ 524.880,00
Queso	15,00	gramos	\$ 0,01	\$ 0,09	18000	\$ 1.542,86	4320000	\$ 370.285,71
Azúcar	2,00	gramos	\$ 0,00	\$ 0,002	18000	\$ 33,66	4320000	\$ 8.078,40
Mantequilla	4,00	gramos	\$ 0,01	\$ 0,05	18000	\$ 900,00	4320000	\$ 216.000,00
Esencia De Vainilla	5,00	gramos	\$ 0,00	\$ 0,01	18000	\$ 225,00	4320000	\$ 54.000,00
Polvo De Hornear	5,00	gramos	\$ 0,01	\$ 0,07	18000	\$ 1.342,50	4320000	\$ 322.200,00
TOTAL				\$ 0,41		\$ 7.461,33		\$ 1.790.718,27

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.7.2 Mano de Obra

Tabla 35. Mano de Obra

CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			TOTAL A RECIBIR
	SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL DESC.	
Empleado 1	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 2	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 3	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 4	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 5	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 6	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 7	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 8	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 9	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 10	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 11	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 12	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 13	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 14	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 15	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 16	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 17	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 18	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 19	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
Empleado 20	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
TOTAL							\$ 6.791,20

N°	APORT. PATRO 12,15%	XIII SUELDO	XIV SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES	COSTO M.O
Empleado 1	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 154,93	\$ 494,49
Empleado 2	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 32,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 155,93	\$ 495,49
Empleado 3	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 33,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 156,93	\$ 496,49
Empleado 4	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 34,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 157,93	\$ 497,49
Empleado 5	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 35,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 158,93	\$ 498,49
Empleado 6	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 36,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 159,93	\$ 499,49
Empleado 7	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 37,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 160,93	\$ 500,49
Empleado 8	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 38,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 161,93	\$ 501,49
Empleado 9	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 39,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 162,93	\$ 502,49
Empleado 10	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 40,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 163,93	\$ 503,49
Empleado 11	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 41,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 164,93	\$ 504,49
Empleado 12	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 42,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 165,93	\$ 505,49
Empleado 13	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 43,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 166,93	\$ 506,49
Empleado 14	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 44,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 167,93	\$ 507,49
Empleado 15	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 45,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 168,93	\$ 508,49
Empleado 16	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 46,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 169,93	\$ 509,49
Empleado 17	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 47,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 170,93	\$ 510,49
Empleado 18	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 48,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 171,93	\$ 511,49

Empleado 19	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 49,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 172,93	\$ 512,49	
Empleado 20	\$ 45,56	\$ 31,25	\$ 50,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 173,93	\$ 513,49	
Total							\$ 10.079,70	
							Capacidad Total	220000
							Capacidad Quesadillas	18000
							MANO DE OBRA QUESADILLA	824,70

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.8 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 36. Costos Indirectos de Fabricación

DETALLE	VALOR
Empaque	\$ 48.000,00
Arriendo	\$ 1200,00
Servicios Básicos	\$ 1162,00
Luz	\$ 300,00
Agua	\$ 150,00
Teléfono	\$ 96,00
Depreciación	\$ 616,00
TOTAL	\$ 50.362,00

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.9 Costos de Exportación

Tabla 37. Exportación

COSTOS DE EXPORTACIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Transporte Interno	\$ 1.200,00	1	\$ 1200,00
Certificado de Origen	\$ 40,00	1	\$ 40 ,00
Certificado Fitosanitario	\$ 400,00	1	\$ 400,00
Declaración Aduanera	\$ 350, 00	1	\$ 350,00
Tarifas Portuarias	\$ 5.000,00	1	\$ 5.000,00
TOTAL	\$ 6990,00		\$ 6990,00

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.10 Resumen de Costos de Producción

Tabla 38. Costos Totales de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	VALOR TOTAL	PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO
Materia Prima	\$ 718,27	1800	\$ 0,41
Mano de Obra	\$ 896,43	1800	\$ 0,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 788,00	1800	\$ 0,00
Empaque	\$ 8.000,00	1800	\$ 1,35
Exportación	\$ 8.500,00	1800	\$ 0,10
	\$ 18.902.70	Costo Unitario	\$ 1,87

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.11 Gastos Administrativos

Gastos Administrativos Sueldos \$ 7.916,52

4.12 Proyección de ingresos por venta

Tabla 39. Proyección de Ingresos

AÑO	DEMANDA DE PRODUCTOS	P.V.P.	VALOR TOTAL
2018	80.000	\$ 3,50	\$ 280.000
2019	88.304	\$ 3,56	\$ 314.362,24
2020	96.752	\$ 3,62	\$ 350.242,24
2021	150.345	\$ 3,68	\$ 553.269,6
2022	151.088	\$ 3,75	\$ 566.580

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.13 Estados de resultados

DULCES DE ALICIA EN USD

Tabla 40. Estado de Resultados Proyectado

	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	\$ 20.000,00	\$ 64.677,26	\$ 93.770,09	\$ 158.921,17	\$ 163.795,62
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 57.402,71	\$ 99.915,77	\$ 143.164,32	\$ 187.161,06	\$ 231.918,95
Materia Prima	\$ 9.718,27	\$ 821.697,70	\$ 853.213,07	\$ 885.273,66	\$ 917.888,89
Mano de Obra	\$ 9.896,43	\$ 10.067,64	\$ 10.241,81	\$ 10.418,99	\$ 10.599,24
Costos Indirectos de producción	\$ 656.788,00	\$ 668.150,43	\$ 679.709,43	\$ 691.468,41	\$ 703.430,81
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 662.597,29	\$ 147.761,49	\$ 650.605,77	\$ 171.760,11	\$ 711.876,67
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 8.287,90	\$ 8.431,28	\$ 8.577,14	\$ 8.725,53	\$ 8.876,48
Sueldos	\$ 7.916,52	\$ 8.053,48	\$ 8.192,80	\$ 8.334,54	\$ 8.478,72
Depreciaciones	\$ 371,38	\$ 377,80	\$ 384,34	\$ 390,99	\$ 397,75
GASTOS FINANCIEROS	\$ 8.995,28	\$ 8.995,28	\$ 8.995,28	\$ 8.995,28	\$ 8.995,28
Intereses Pagados	\$ 8.995,28	\$ 8.995,28	\$ 8.995,28	\$ 8.995,28	\$ 8.995,28
UTILIDAD NETA	\$ 645.314,11	\$ 130.334,93	\$ 633.033,35	\$ 154.039,30	\$ 694.004,92
15% TRABAJADORES	\$ 896.797,12	\$ 1.969.550,24	\$ 244.955,00	\$ 123.105,90	\$ 204.100,74
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 748.517,00	\$ 160.784,69	\$ 588.078,35	\$ 130.933,41	\$ 489.904,18
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 2.364.673,74	\$ 455.372,63	\$ 549.377,24	\$ 646.805,35	\$ 747.778,92
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 383.843,26	\$ 705.412,06	\$ 938.701,11	\$ 384.128,06	\$ 742.125,26

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.14 Estado de situación financiera inicial

DULCES DE ALICIA

EN USD

Tabla 41. Balance General

ACTIVO	2018	2019	2020	2021	2022
ACTIVO CORRIENTE					
Efectivo y Equivalentes	\$ 614.063,23	\$ 100.811,81	\$ 605.372,09	\$ 128.384,49	\$ 670.512,32
ACTIVOS FIJOS					
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 28.160,00	\$ 28.647,17	\$ 29.142,76	\$ 29.646,93	\$ 30.159,83
Amasadoras	\$ 2.160,00	\$ 2.197,37	\$ 2.235,38	\$ 2.274,05	\$ 2.313,40
Laminadoras	\$ 1.500,00	\$ 1.525,95	\$ 1.552,35	\$ 1.579,20	\$ 1.606,52
Batidoras	\$ 9.000,00	\$ 9.155,70	\$ 9.314,09	\$ 9.475,23	\$ 9.639,15
Horno grande de 20 bandejas	\$ 11.000,00	\$ 11.190,30	\$ 11.383,89	\$ 11.580,83	\$ 11.781,18
Hornos pequeños de 5 bandejas	\$ 1.000,00	\$ 1.017,30	\$ 1.034,90	\$ 1.052,80	\$ 1.071,02
Horno de 10 bandejas	\$ 3.500,00	\$ 3.560,55	\$ 3.622,15	\$ 3.684,81	\$ 3.748,56
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 371,38	\$ 377,80	\$ 384,34	\$ 390,99	\$ 397,75
Mesas	\$ 28,58	\$ 29,07	\$ 29,58	\$ 30,09	\$ 30,61
Sillas	\$ 22,80	\$ 23,19	\$ 23,60	\$ 24,00	\$ 24,42
Computador	\$ 250,00	\$ 254,33	\$ 258,72	\$ 263,20	\$ 267,75
Impresora	\$ 70,00	\$ 71,21	\$ 72,44	\$ 73,70	\$ 74,97
Depreciación Acumulada	\$ (2.926,74)	\$ (5.853,48)	\$ (8.780,21)	\$ (11.706,95)	\$ (14.633,69)
TOTAL ACTIVO	\$ 645.521,35	\$ 135.690,26	\$ 643.679,41	\$ 170.129,37	\$ 715.703,59
PASIVO					
CORRIENTE					
15% TRABAJADORES	\$ 892.119,91	\$.969.809,40	\$ 245.493,45	\$ 123.945,31	\$ 205.264,48
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 358.842,82	\$ 455.695,72	\$ 550.048,50	\$ 647.851,81	\$ 749.229,72

NO CORRIENTE					
PRESTAMOS BANCARIOS	\$ 31.388,62	\$ 3.627,57	\$ 7.056,44	\$ 10.494,00	\$ 13.940,39
TOTAL PASIVO	\$ 282.351,35	\$ 429.132,70	\$ 602.598,38	\$ 782.291,12	\$ 968.434,59
PATRIMONIO					
Resultados del Ejercicio	\$ 363.170,00	\$ 706.557,56	\$ 941.081,03	\$ 387.838,25	\$ 747.269,00
TOTAL PATRIMONIO	\$ 363.170,00	\$ 706.557,56	\$ 941.081,03	\$ 387.838,25	\$ 747.269,00
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 645.521,35	\$ 1.135.690,26	\$ 1.543.679,41	\$ 1.170.129,37	\$ 1.715.703,59

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.15 Flujo de presupuestado de caja

DULCES DE ALICIA

EN USD

Tabla 42. Flujo de Caja Proyectado

	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	\$ 120.000,00	\$ 647.677,26	\$ 193.770,09	\$ 758.921,17	\$ 343.795,62
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 457.402,71	\$ 499.915,77	\$ 543.164,32	\$ 587.161,06	\$ 631.918,95
Materia Prima	\$ 790.718,27	\$ 821.697,70	\$ 853.213,07	\$ 885.273,66	\$ 917.888,89
Mano de Obra	\$ 9.896,43	\$ 10.067,64	\$ 10.241,81	\$ 10.418,99	\$ 10.599,24
Costos Indirectos de producción	\$ 656.788,00	\$ 668.150,43	\$ 679.709,43	\$ 691.468,41	\$ 703.430,81
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 662.597,29	\$ 147.761,49	\$.650.605,77	\$ 171.760,11	\$ 711.876,67
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 39.469,28	\$ 8.431,28	\$ 8.577,14	\$ 8.725,53	\$ 8.876,48
Sueldos	\$ 7.916,52	\$ 8.053,48	\$ 8.192,80	\$ 8.334,54	\$ 8.478,72
Depreciaciones	\$ 371,38	\$ 377,80	\$ 384,34	\$ 390,99	\$ 397,75
Gastos de Constitución	\$ 31.181,38				
GASTOS FINANCIEROS	\$ 8.995,28	\$ 7.267,52	\$ 5.405,66	\$ 3.399,21	\$ 1.237,00
Intereses Pagados	\$ 8.995,28	\$ 7.267,52	\$ 5.405,66	\$ 3.399,21	\$ 1.237,00
UTILIDAD NETA	\$ 614.132,73	\$ 132.062,69	\$ 636.622,97	\$ 159.635,37	\$.701.763,20

15% TRABAJADORES	\$ 1.892.119,91	\$ 1.969.809,40	\$ 2.045.493,45	\$ 2.123.945,31	\$ 2.205.264,48
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 722.012,82	\$ 162.253,29	\$ 591.129,53	\$ 125.690,07	\$ 496.498,72
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 358.842,82	\$ 2.455.695,72	\$ 2.550.048,50	\$ 2.647.851,81	\$ 2.749.229,72
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 363.170,00	\$ 706.557,56	\$ 941.081,03	\$ 387.838,25	\$ 747.269,00

Elaborado por: Delgado, V. (2017)

4.16 Tasa de rendimiento

$$\text{TMAR} = \text{I} + \text{F}$$

I = Inflación + Riesgo País

F = Riesgo País

$$\text{TMAR 2} = \text{I}(2) + \text{F}$$

I = Inflación + Riesgo País

F = Riesgo País

$$\text{TMAR} = \text{I} + \text{F}$$

$$\text{TMAR} = 1,73\% + 11,07\%$$

$$\text{TMAR} = 12,80\% = 0,1280$$

$$\text{TMAR 2} = \text{I}(2) + \text{F}$$

$$\text{TMAR} = 1,73\%(2) + 11,07\%$$

$$\text{TMAR} = 14,53\% = 0,1453$$

4.17 Valor actual neto (VAN)

$$\text{VAN1} = -I_0 + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4}$$

$$\text{VAN1} = -32.011,20 + \frac{4063,23}{(1+0.1280)} + \frac{811,81}{(1+0.1280)^2} + \frac{9072,09}{(1+0.1280)^3} + \frac{12384,49}{(1+0.1280)^4} + \frac{14512,32}{(1+0.1280)^3}$$

$$\text{Van1} = \$ 30.887,24$$

$$\text{VAN2} = -I_0 + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4}$$

$$\text{VAN2} = -32.011,20 + \frac{4063,23}{(1+0.1453)} + \frac{8110,81}{(1+0.1453)^2} + \frac{9072,09}{(1+0.1453)^3} + \frac{12384,49}{(1+0.1453)^4} + \frac{14512,32}{(1+0.1453)^3}$$

$$\text{VAN2} = \$ 56.585,54$$

4.18 Tasa interna de retorno (TIR)

Para la obtención de la tasa interna de rendimiento se utilizó Microsoft Excel, en donde se obtuvo lo siguiente:

Tabla 43. TIR

\$ (32.011,20)	TIR= 17,75%
\$ 4063,23	
\$8110,81	
\$9072,09	
\$12384,49	
\$14512,32	

4.19 Punto de equilibrio

Tabla 44. Punto de Equilibrio

CONCEPTO	FIJOS	VARIABLES UNITARIOS
Materia Prima		\$ 0,41
Mano de Obra		\$ 0,00
Costos Indirectos de Fabricación		
Sueldos	\$ 7.916,52	
Servicios Básicos	\$ 3.572,00	
Arriendos	\$ 2.400,00	
Depreciaciones	\$ 2.816,00	
TOTAL	\$ 16.704,52	\$ 0,42

P.V.P.	\$ 3,50
---------------	----------------

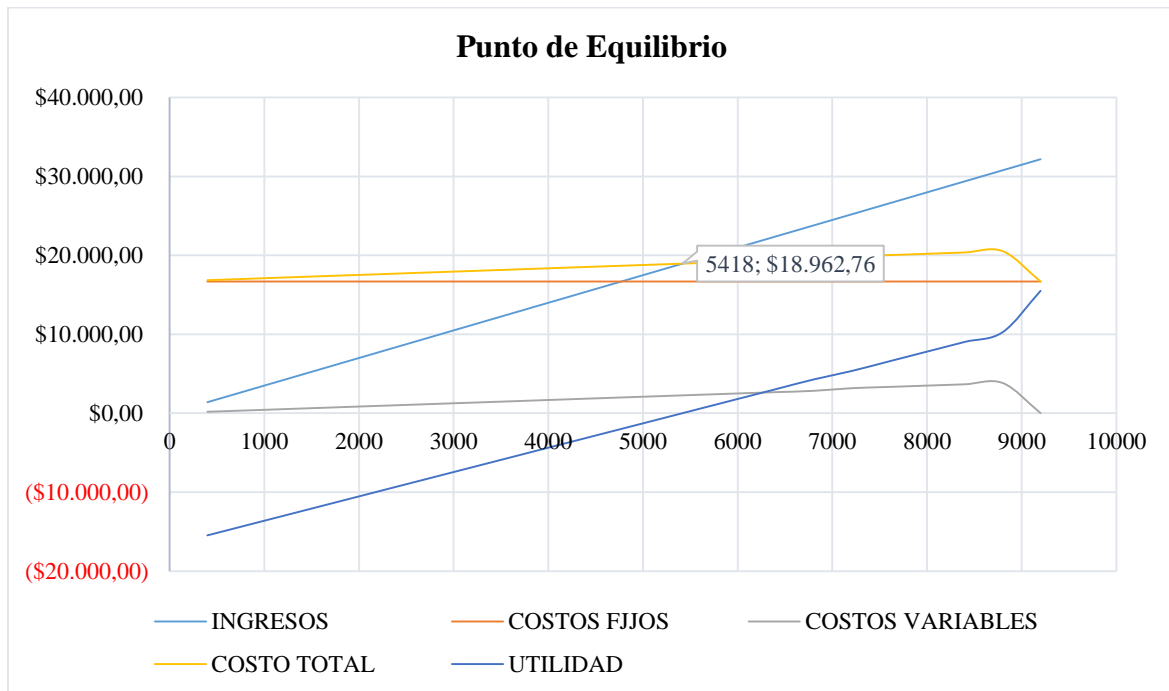
$$QE = \frac{\text{COSTO FIJO}}{P.V.P. - \text{COSTOS VARIABLES}}$$

$$QE = \frac{\$ 16.704,52}{\$ 3,50 - \$ 0,42}$$

$$QE = 5418$$

CANTIDAD	INGRESOS	COSTOS FJJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	UTILIDAD
400	\$ 1.400,00	\$ 16.704,52	\$ 166,72	\$ 16.871,24	(\$ 15.471,24)
800	\$ 2.800,00	\$ 16.704,52	\$ 333,45	\$ 17.037,97	(\$ 14.237,97)
1200	\$ 4.200,00	\$ 16.704,52	\$ 500,17	\$ 17.204,69	(\$ 13.004,69)
1600	\$ 5.600,00	\$ 16.704,52	\$ 666,89	\$ 17.371,41	(\$ 11.771,41)
2000	\$ 7.000,00	\$ 16.704,52	\$ 833,62	\$ 17.538,14	(\$ 10.538,14)
2400	\$ 8.400,00	\$ 16.704,52	\$ 1.000,34	\$ 17.704,86	(\$ 9.304,86)
2800	\$ 9.800,00	\$ 16.704,52	\$ 1.167,07	\$ 17.871,59	(\$ 8.071,59)
3200	\$ 11.200,00	\$ 16.704,52	\$ 1.333,79	\$ 18.038,31	(\$ 6.838,31)
3600	\$ 12.600,00	\$ 16.704,52	\$ 1.500,51	\$ 18.205,03	(\$ 5.605,03)
4000	\$ 14.000,00	\$ 16.704,52	\$ 1.667,24	\$ 18.371,76	(\$ 4.371,76)
4400	\$ 15.400,00	\$ 16.704,52	\$ 1.833,96	\$ 18.538,48	(\$ 3.138,48)
4800	\$ 16.800,00	\$ 16.704,52	\$ 2.000,68	\$ 18.705,20	(\$ 1.905,20)
5200	\$ 18.200,00	\$ 16.704,52	\$ 2.167,41	\$ 18.871,93	(\$ 671,93)
5418	\$ 18.962,76	\$ 16.704,52	\$ 2.258,24	\$ 18.962,76	\$ 0,00
5600	\$ 19.600,00	\$ 16.704,52	\$ 2.334,13	\$ 19.038,65	\$ 561,35
6000	\$ 21.000,00	\$ 16.704,52	\$ 2.500,85	\$ 19.205,37	\$ 1.794,63
6400	\$ 22.400,00	\$ 16.704,52	\$ 2.667,58	\$ 19.372,10	\$ 3.027,90
6800	\$ 23.800,00	\$ 16.704,52	\$ 2.834,30	\$ 19.538,82	\$ 4.261,18
7200	\$ 25.200,00	\$ 16.704,52	\$ 3.167,75	\$ 19.872,27	\$ 5.327,73
7600	\$ 26.600,00	\$ 16.704,52	\$ 3.334,47	\$ 20.038,99	\$ 6.561,01
8000	\$ 28.000,00	\$ 16.704,52	\$ 3.501,20	\$ 20.205,72	\$ 7.794,28
8400	\$ 29.400,00	\$ 16.704,52	\$ 3.667,92	\$ 20.372,44	\$ 9.027,56
8800	\$ 30.800,00	\$ 16.704,52	\$ 3.834,64	\$ 20.539,16	\$ 10.260,84
9200	\$ 32.200,00	\$ 16.704,52	\$ 0,00	\$ 16.704,52	\$ 15.495,48

Figura 37. Punto de Equilibrio



4.20 Período de recuperación de la inversión.

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = \frac{I_0}{\frac{\sum \text{FNE}}{\text{AÑOS}}}$$

En donde I_0 , representa la inversión inicial efectuada

La sumatoria de FNE, equivale a la suma total de los Flujos netos de Efectivo

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = \frac{I_0}{\frac{\sum \text{FNE}}{\text{AÑOS}}}$$

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = \frac{\$ 132011,19}{\frac{\$ 12.614.063,23}{5}}$$

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = 0,0833$$

El periodo de recuperación de la inversión será recuperado en 3 años 3 meses 18 días

CAPÍTULO 5

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

- Con la fundamentación teórica se pudo analizar el cambio de políticas aplicadas al comercio exterior que intentan fomentar el crecimiento, cabe recalcar que la competencia dentro de Ecuador es bastante fuerte pero a nivel del Azuay son pocas las empresas que se dedican a la exportación de quesadillas por lo cual es importante resaltar la internacionalización del producto.
- Con la investigación de mercados y en base a las entrevistas aplicadas se pudo verificar su aceptación del producto en el mercado tanto local como extranjero. Además, que la empresa ha recibido ayuda por parte de las entidades del gobierno como Proecuador al participar en macro ruedas y ferias internacionales, el personal de la empresa se encuentra capacitado para ofertar un producto de calidad ya que su empaque cuenta con material de primera calidad y se encuentra adaptado a las exigencias del mercado, por otra parte cuenta con un semáforo que indica los niveles necesarios para el consumo humano.
- Analizando los parámetros necesarios para la exportación se pudo conocer todos los requisitos necesarios para que el producto ingrese al país.
- Finalmente, por medio del estudio financiero se pudo determinar que el producto es viable ya que su VAN se ubica en 56.585,54 y el TIR en 17.75% siendo mayor al TMAR

5.2 Recomendaciones

- Se recomendaría analizar de manera periódica los cambios que se pueden dar en las políticas de comercio exterior, ya que cada vez pueden cambiar los porcentajes de aranceles al realizar una exportación.
- Se pide la implementación del proyecto ya que es factible y por el potencial que tiene el producto en el mercado estadounidense, especialmente por ser un producto con características gastronómicas llama la atención del potencial cliente y más aún en el mercado objetivo debido a la gran concurrencia de migrantes ecuatorianos.
- Estar de manera permanente analizando los diferentes requisitos que implica la exportación entre ellos los términos de negociación.
- Se invita al Sr. Rómulo Delgado Gerente de la empresa Del Alicia invertir en más promoción para el producto y así llegar a diferentes mercados además se solicita la participación en más ferias internacionales para que la empresa tenga contacto directo con potenciales compradores de diferentes mercados internacionales.

Bibliografía

- Fernandez, F. J. (2017). *Guia para la elaboracion de un estudio de mercado*. Toluca: La Colmena Editorial.
- Iturralde. (2012). *El comercio exterior del Ecuador*. Guayaquil: Observatorio de la Economía Ecuatoriana.
- Proecuador. (2010, Septiembre 10). *www.proecuador.gob.ec*. Retrieved from www.proecuador.gob.ec:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fob-franco-a-bordo/>
- Proecuador. (3 de Septiembre de 2015). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec: <https://www.proecuador.gob.ec/2013/02/27/nuevos-requisitos-de-la-fda-para-entrada-de-productos/>
- Proecuador. (15 de Febrero de 2016). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>
- SENAE. (2016, Diciembre 10). *www.senae.gob.ec*. Retrieved from www.senae.gob.ec:
<https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>
- SIICEX. (2016, Septiembre 14). *www.siicex.gob.pe*. Retrieved from www.siicex.gob.pe:
http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_usa.pdf
- SIICEX. (2016, Septiembre 10). *www.siicex.gob.pe*. Retrieved from www.siicex.gob.pe:
http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_usa.pdf

Anexos

Los productos de la empresa De Alicia

Cake Marmoleado (Cake-muffin de naranja y chocolate 450gramos)



Alfajor(bandejas de 12 unidades)



Biscochos(bandeja de 20 unidades)



Dona Rosca (bandeja de 8 unidades)



Melvas (bandeja de 12 unidades)



Muffin (bandeja de 6 unidades)



Orejitas (bandeja de 12 unidades)



Suspiros (bandeja de 20 unidades)



Quesadilla (caja de 9 quesadillas)



Universidad Tecnológica Equinoccial

Encuesta para medir la satisfacción del cliente

Marque con una X la respuesta correcta

1. Indique su Sexo

F() M()

2. ¿Cuánto tiempo lleva consumiendo los productos de la empresa dulces De Alicia?

Menos de un mes() De uno a tres meses() De tres a seis meses()

Entre seis meses y un año () Nunca he consumido()

3. ¿Cómo conoció empresa dulces De Alicia?

TV() Radio() Internet() Periodico()

Amigos() No la conozco()

4. ¿Con qué frecuencia consume el producto?

Una o más veces a la semana() Dos o tres veces al mes() Una vez al mes()

Menos de una vez al mes() Nunca lo he utilizado()

5. Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con dulces De Alicia en una escala de 1 a 10, donde 10 es completamente satisfecho y 1 es completamente insatisfecho

1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8() 9() 10()

6. ¿Está de acuerdo con el empaque de los productos de dulces de Alicia?

Sí() No()

7. En comparación con otras alternativas de tipo producto, el producto de dulces De Alicia es.

Mucho mejor () Algo Mejor() Más o menos igual()

Algo peor() No lo sé()

8. ¿Ha recomendado usted productos de la empresa De Alicia a otras personas?

Sí() No()

Universidad Tecnológica Equinoccial

Encuesta para medir la Capacidad Productiva

Marque con una X la opción que sea conveniente

1. Indique su Sexo

Femenino() Masculino ()

2. Indique su edad

3. Se siente conforme trabajando en la empresa

Inconforme() Regular() Conforme()

4. usted como trabajador se siente satisfecho con las nuevas máquinas que emplea la empresa

Insatisfecho () poco() regular() satisfecho()

5. Cual es el producto que más se fabrica

Biscochos () Quesadillas () Pan de casa () Cake de naranja ()

Alfajor () Muffins ()

6. cuál es el tiempo de duración de las quesadillas posterior a su proceso productivo

7.Cuentan con registro sanitario

Si() No()

8.El empaque del producto es el ideal para llegar al mercado meta

Si() No()

9. Actualmente cuenta la empresa con alguna certificación.

Si() No()

10. señale los canales de publicidad que la empresa utiliza para dar a conocer el producto

Páginas web () Redes sociales () Radio () Volantes ()

Letreros ()