

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

Tema: “Certificaciones internacionales de productos lácteos de la empresa Johnny, Cantón San Pedro de Huaca – Provincia del Carchi y el fomento a las exportaciones”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciada en Comercio Exterior y Negociación en Comercio Internacional

AUTOR: Villarreal Castro Escarli Marinela

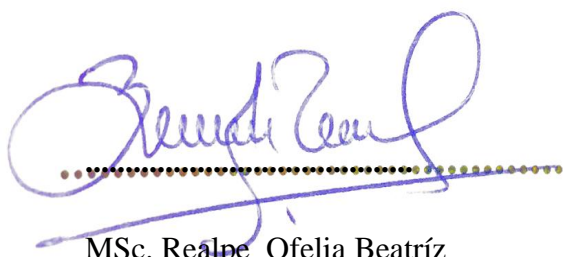
TUTORA: MSc. Ofelia Beatríz Delgado Realpe

Tulcán, 2022

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Villarreal Castro Escarli Marinela con el número de cédula 0401910682 ha elaborado el trabajo de titulación: “Certificaciones internacionales de productos lácteos de la empresa Johnny, Cantón San Pedro de Huaca – Provincia del Carchi y el fomento a las exportaciones”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



MSc. Realpe Ofelia Beatríz

TUTORA



MSc. Gutiérrez Milena

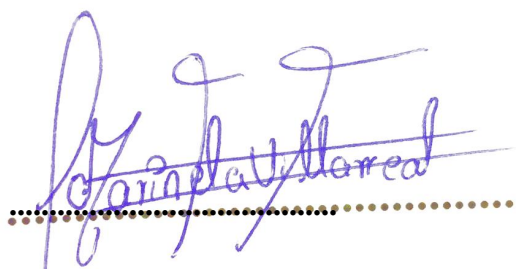
LECTORA

Tulcán, abril de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciada** en la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Villarreal Castro Escarli Marinela con cédula de identidad número 0401910682 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



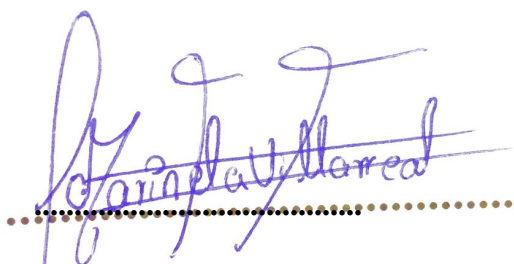
Villarreal Castro Escarli Marinela

AUTORA

Tulcán, abril de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Villarreal Castro Escarli Marinela declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Certificaciones internacionales de productos lácteos de la empresa Johnny, Cantón San Pedro de Huaca – Provincia del Carchi y el fomento a las exportaciones” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Villarreal Castro Escarli Marinela

AUTORA

Tulcán, abril de 2022

AGRADECIMIENTO

A mi Dios por permitirme llegar a cumplir uno de mis sueños y que hoy se hace realidad.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por formarme como profesional y compartir bonitas experiencias con docentes, compañeros y amigos.

A mi querida Msc. Beatriz Realpe que, a más de ser mi tutora y docente, asido una amiga que me ha inculcado valores y principios que hacen que uno crezca como persona y profesional.

A mi querido esposito Byron Marcelo Castro Bolaños que en estos años de estudio me ha apoyado constantemente y motivarme siempre a seguir adelante con la Bendición de Dios.

A mis pequeños hijos Erikson Rafael Chalacamag Villarreal y Leandro Ethzau Castro Villarreal, por ser el motivo de seguir con este sueño que hoy se hace realidad.

A mis padres, Héctor Patricio Villarreal Rosero, Genith Patricia Castro de la Cruz y a mi hermana Nayeli Dayana Villarreal Castro, que me han colaborado con el cuidado de mi pequeño hijo para lograr educarme y conseguir mi título universitario.

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Dios por prestarme la vida y bendecirme en la culminación de esta etapa profesional

A mi esposito Byron Marcelo Castro Bolaños por ser una persona espectacular en la trayectoria de estos años de estudio, que organizó su tiempo para trabajar, ayudarme con las cosas del hogar y al cuidado de mi hijo, se lo agradeceré ayer, hoy y siempre por todo su apoyo incondicional.

A mis pequeños hijos Erikson Rafael Chalacamag Villarreal y Leandro Ethzau Castro Villarreal, por ser el motivo de seguir con este sueño que hoy se hace realidad.

A mis padres Héctor Patricio Villarreal Rosero, Genith Patricia Castro de la Cruz y a mi hermana Nayeli Dayana Villarreal Castro que me brindaron su apoyo en toda esta trayectoria estudiantil.

ÍNDICE

I. PROBLEMA	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.3. JUSTIFICACIÓN	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	19
1.4.1. Objetivo General	19
1.4.2. Objetivos Específicos	19
1.4.3. Preguntas de Investigación	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	20
2.2. MARCO TEÓRICO	26
2.2.1. Fundamentación Teórica	26
2.2.2. Fundamentación Legal	28
2.2.3. Fundamentación Conceptual	29
III. METODOLOGÍA.....	36
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	36
3.1.1. Enfoque.....	36
3.1.2. Tipos de Investigación.....	36
3.2. IDEA PARA DEFENDER	37

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	37
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	37
3.4.1. Método deductivo	37
3.4.2. Población.....	38
3.4.3. Técnicas de recopilación de información.....	38
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	38
3.5. Producto	38
3.5.1. Análisis situacional de los países demandantes	39
3.5.2 Factores políticos	41
3.5.3 Factores legales	43
3.5.4 Factores económicos	44
3.5.5 Factores sociales	49
3.5.6 Factores tecnológicos	50
3.6 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM).	52
3.7 ANÁLISIS SITUACIONAL ECUADOR	53
3.7.1 Factor político	54
3.7.2 Factor económico.....	54
3.7.3 Balanza comercial ecuador	54
3.7.4 Factor social	55
3.7.5 Factor tecnológico.....	59
3.8 ANÁLISIS DEL MERCADO ALEMANIA	59

3.8.1 Población	59
3.8.2 Gustos y Preferencias	59
3.9 PRODUCTO.....	60
3.9.1 Partida arancelaria del queso fresco	60
3.9.2 Características del producto.....	60
IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	61
4.1 RESULTADOS	61
4.1.1. Certificaciones internacionales para productos lácteos	61
4.1.2. Precio del queso puesto en mercado alemán	70
4.1.3. Empresas certificadoras en Ecuador.....	72
4.2. DISCUSIÓN	85
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
5.1. CONCLUSIONES	87
5.2. RECOMENDACIONES.....	88
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89
V. ANEXOS	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Variable Independiente – Variable Dependiente	29
Figura 2. Balanza comercial entre Italia y Ecuador	46
Figura 3. Balanza comercial entre Francia y Ecuador.....	47

Figura 4. Balanza comercial entre Alemania y Ecuador.....	48
Figura 5. Mapa de Ecuador.....	53
Figura 6. Balanza comercial Ecuador	55
Figura 7. Producción de litros de leche.....	56
Figura 8. Principales regiones productoras de leche.....	57
Figura 9. Principales provincias productoras de leche.....	58
Figura 10. Evolución precio de la leche.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resumen de las Teorías.....	27
Tabla 2. Exportación animales vivos y productos de origen animal.....	32
Tabla 3. Contenido máximo de componentes	33
Tabla 4. Operacionalización de variables	37
Tabla 5. Principales importadores de queso fresco a nivel global	39
Tabla 6. Principales importadores de queso fresco a nivel latinoamericano	39
Tabla 7. Principales exportadores de queso fresco en Ecuador	40
Tabla 8. Gobierno.....	41
Tabla 9. Acuerdos comerciales	41
Tabla 10. Política commercial.....	42
Tabla 11. Barreras arancelarias y no arancelarias Italia.....	43

Tabla 12. Barreras arancelarias y no arancelarias Francia	43
Tabla 13. Barreras arancelarias y no arancelarias Alemania.....	44
Tabla 14. Producto Interno Bruto (PIB)	44
Tabla 15. PIB per cápita	45
Tabla 16. Inflación.....	45
Tabla 17. Balanza Comercial Ecuador – Italia	46
Tabla 18. Balanza Comercial Ecuador – Francia	47
Tabla 19. Balanza Comercial Ecuador – Alemania.....	48
Tabla 20. Tamaño de la población.....	49
Tabla 21. Tasa de desempleo.....	49
Tabla 22. Factor Tecnológico en Italia	50
Tabla 23. Factor Tecnológico en Francia	50
Tabla 24. Factor Tecnológico en Alemania.....	51
Tabla 25. Valoración POAM.....	51
Tabla 26. Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)	52
Tabla 27. Resumen del Oportunidades y amenazas del medio (POAM).	53
Tabla 28. Factores socioeconómicos del Ecuador.....	54
Tabla 29. Factores socioeconómicos del Ecuador.....	54
Tabla 30. Partida Arancelaria	60
Tabla 31. Ficha Técnica “Queso Fresco”	60
Tabla 32. Inversión inicial	62

Tabla 33. Distribución de obligación sobre sueldo.....	63
Tabla 34. Egresos por remuneraciones anual.....	64
Tabla 35. Depreciación	64
Tabla 36. Costos de producción	65
Tabla 37. Costos de administración	66
Tabla 38. Costos por exportación.....	67
Tabla 39. Ingresos	67
Tabla 40. Balance general	68
Tabla 41. Estado de resultados.....	68
Tabla 42. Indicadores financieros	69
Tabla 43. Costo de queso en Ecuador	70
Tabla 44. Costo de queso en Alemania.....	71
Tabla 45. Precio de lácteos en Ecuador	71
Tabla 45. Precio de lácteos en Alemania	72
Tabla 46. Empresas que emiten certificado de ISO 9001	72
Tabla 47. Empresas que emiten certificado de ISO 22000	74
Tabla 48. Empresas que emiten certificado de ISO 17025	75
Tabla 49. Empresas que emiten certificado de ISO 14001	76
Tabla 50. Empresas que emiten certificado de BPM	77
Tabla 51. Elementos para cumplimiento de BPM	77

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Certificado o Acta del Perfil de Investigación	94
Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas	95
Anexo 3: Oficio Solicitud al Propietario de la Empresa para el desarrollo de la tesis.	97
Anexo 4: Formato Entrevista Empresa de Lácteos Jhonny	98
Anexo 5: Formato Entrevista ProEcuador	99
Anexo 6: Formato Entrevista Agrocalidad	100
Anexo 7: Formato Entrevista Cámara de la pequeña Industria del Carchi	101
Anexo 8: Instalaciones de la Empresa	102
Anexo 9: Recepción de Materia Prima	103
Anexo 10: Área de Fabricación	103
Anexo 11: Venta de Productos.....	104
Anexo 12: Oficina	104
Anexo 13: Despacho de productos.....	105
Anexo 14: RUC de la Empresa	105

RESUMEN

En el primer capítulo se presentó el planteamiento del problema, la formulación y justificación, a su vez se busca identificar las Certificaciones Internacionales de productos lácteos de la empresa Jhonny, Cantón San Pedro de Huaca – Provincia del Carchi que fomente sus exportaciones, con la intención de profundizar en dicho objetivo se plantea fundamentar bibliográficamente de las certificaciones internacionales de productos lácteos de la empresa Jhonny; establecer las certificaciones internacionales para el queso fresco de la empresa Jhonny y por último investigar los requisitos exigen las certificaciones internacionales para el fomento de las exportaciones.

En el segundo capítulo se abordaron las bases teóricas, legales y conceptuales, las mismas que destacan a las certificaciones internacionales sirven a las empresas para demostrar la máxima rigurosidad posible en el proceso de elaboración del producto.

En el tercer capítulo se presentó la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación, la cual fue de enfoque cualitativo y cuantitativo, de tipo descriptiva, con métodos deductivos. Por lo cual se aplicaron entrevistas a una muestra compuesta de los encargados de instituciones como Agrocalidad y Pro-Ecuador, Cámara de la Pequeña Industria del Carchi y La empresa de Lácteos Jhonny.

En el cuarto capítulo se evidenció que el queso fresco, mozzarella, amasado y el yogurt, que oferta la empresa Johnny para poder ingresar al mercado extranjero es necesario que consigan certificación de ISO 9001 y Buenas Prácticas de Manufactura.

Por último, en el quinto capítulo se reconoció que los requisitos que exigen las certificaciones internacionales se encuentran: Las Buenas Prácticas de Manufactura y La ISO 9001. La empresa Johnny cuenta con registros sanitarios para comercializar sus productos.

ABSTRACT

In the first chapter the approach to the problem, the formulation and justification was presented, as well as it looks up to identify the International Certifications of dairy products in Jhonny company, San Pedro de Huaca canton - Carchi province that promotes its exports, with the intention to delve into these objectives, it is proposed to base bibliographically the international certifications of dairy products in Jhonny company; establish the international certifications for the fresh cheese in Jhonny company and finally investigate the requirements demanded by the international certifications for the exports promotion.

In the second chapter, the theoretical, legal and conceptual bases were addressed, the same ones that highlight international certifications serve companies to demonstrate the maximum possible rigor in the product development process.

In the third chapter, the methodology used for the development of the research was presented, which was a qualitative and quantitative approach, descriptive, with deductive methods. For this reason, interviews were applied to a sample composed of those in charge of institutions such as Agrocalidad and Pro-Ecuador, the Chamber of the Small Industry of Carchi and the Jhonny Dairy Company.

In the fourth chapter it was shown that the fresh cheese, mozzarella, kneading and yogurt, offered by Johnny company, in order to enter the foreign market, it is necessary that they obtain ISO 9001 certification and Good Manufacturing Practices.

Finally, in the fifth chapter it was recognized that the requirements demanded by international certifications are: Good Manufacturing Practices and ISO 9001. Johnny company has sanitary records to market its products.

INTRODUCCIÓN

Los sectores más importantes de la economía ecuatoriana es el sector lácteo, ya que genera directa e indirectamente empleos en toda la cadena agroalimentaria, desde los agricultores hasta los comerciantes de estos productos. La cadena de producción láctea del país genera directa e indirectamente 1,5 millones de puestos de trabajo.

Debido al entorno natural de los Andes y su sierra, las diferentes provincias de la sierra ecuatoriana tienen un clima muy especial, aunado a una agricultura y ganadería extensiva, que permite el desarrollo de la producción, el comercio, la artesanía y la industria en la región. Leche. En este sentido, la producción de productos lácteos en la provincia de Carchi es parte de sus características gastronómicas.

En el cantón de Carchi, la industria láctea está conformada por micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, brindando oportunidades de desarrollo para los residentes del estado. Debido a la importancia actual de la industria láctea, y considerando las metas marcadas por la industria láctea en el cantón de Carchi: ser más competitivos en el mercado global, lo que ayudará a cambiar la matriz productiva, y con ello el desarrollo del Ecuador.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al momento de exportar un producto, una serie de requisitos forman parte del proceso y entre ellos se encuentran las certificaciones de comercio exterior. Además de otros documentos, normas y procedimientos, las certificaciones son necesarias en algunas negociaciones y pueden ser el diferencial entre el consumo del producto final o no por parte de los clientes. El mercado de comercio exterior es exigente y las certificaciones sirven como mensaje que le dice al mercado global que esa empresa sigue las mejores prácticas en una determinada actividad, definida por la organización detrás de la concesión del sello (Ikram, Sroufe, Rehman, Shah, & Mahmoudi, 2020).

En Ecuador muchas empresas deciden no realizar exportaciones, debido a que existe una falta de información sobre el despacho de aduanas, certificaciones, regulaciones y otras normativas gubernamentales para la exportación (Lascano, 2019). Esta falta de información se visualiza en la limitada practicidad de las páginas de internet de los ministerios relacionados a la exportación. Por otro lado, cabe destacar que la realidad de muchas empresas o asociaciones que desean exportar, pero desconocen los procesos de exportación y sus productos pierden oportunidades de expandirse hacia nuevos mercados; por ende, requieren de capacitaciones, acompañamiento y capital para la mejora de sus procesos. El impulso a las exportaciones ha sido uno de los principales objetivos gubernamentales, dada la necesidad de mejorar la economía en varios sectores.

La academia ha sido uno de los actores involucrados directamente en el acercamiento de la información hacia la ciudadanía. En este caso las empresas requieren de guía en el proceso de exportación, si bien existen empresas que se dedican a la asesoría acerca de los procesos de exportación, las mismas no presentan alcance hacia varios sectores económicos, especialmente los que se encuentran en la parte rural. Esto ha generado que varios proyectos con potencial de exportación no cuenten con los recursos necesarios para concretarlos.

Para el caso de la empresa de lácteos "Jhonny" la empresa cumple con los estándares en NTE-INEN 1528. (estándares generales para quesos). a empresa para poder exportar sus productos debe cumplir con estándares de calidad, pero debido a la falta de acceso a préstamos por parte de los bancos impidiendo para que la misma financie sus actividades relacionadas a la mejora

de procesos e infraestructura, traduciendo en el impedimento de mejorar los estándares de calidad. A lo anteriormente descrito, se suma el desconocimiento de los procesos para exportar, son factores que inciden en que la compañía no pueda abrirse a mercados extranjeros.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las certificaciones internacionales de los productos lácteos de la empresa Jhonny que fomentarán las exportaciones?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Varias empresas de manufacturas han utilizado las certificaciones internacionales como señal de la calidad. Sirve para mitigar / reducir el problema de incertidumbre asociado con la información asimétrica y, en última instancia, con las fallas del mercado. Las certificaciones internacionales indican que el compromiso de una empresa con la calidad disminuye las barreras comerciales y proporciona una ventaja competitiva en los mercados extranjeros. (Ikram, Sroufe, Rehman, Shah, & Mahmoudi, 2020).

Hoy en día, muchas empresas buscan lograr diversos beneficios junto con la internacionalización. Los objetivos de las empresas incluyen competir con sus rivales, ganar un posicionamiento más fuerte en el mercado, distribuir el riesgo, acceder a los recursos, y aprovechar las economías de escala, etc. Además de estos, es posible mencionar muchos otros elementos diferentes entre las motivaciones de internacionalización de las empresas. Sin embargo, en este contexto, diversos factores cobran gran importancia para las empresas. Tales como, los recursos disponibles, solidez financiera, estructura de empleo, estructura de gestión, objetivos, etc. son de gran importancia para lograr un proceso de internacionalización exitoso (Tasel, 2020). La empresa de lácteos “Jhonny” puede optar las certificaciones internacionales con el fin de tener más probabilidades para poder acceder a los mercados extranjeros.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Identificar las Certificaciones Internacionales de productos lácteos de la empresa Jhonny, Cantón San Pedro de Huaca Provincia del Carchi que fomente sus exportaciones.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las certificaciones internacionales de productos lácteos de la empresa Jhonny.
- Establecer las certificaciones internacionales para el queso fresco de la empresa Jhonny.
- Investigar los requisitos que exigen las certificaciones internacionales del queso fresco para el fomento de las exportaciones.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Qué son las certificaciones Internacionales?
- ¿Qué tiempo de duración tiene la certificación Internacional?
- ¿Qué requisitos debe cumplir las empresas de lácteos para la obtención de la certificación internacional?
- ¿Qué Institución emite las certificaciones Internacionales?
- ¿Cuáles son las certificaciones internacionales para productos lácteos?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Antecedente 1.

En el estudio de Altamirano (2021) titulado “Herramientas estadísticas y certificación ISO 9001: 2015 en la empresa Productos Lácteos Píllaro” tuvo como objetivo de identificar los mecanismos de calidad acorde a la normativa ISO 9001:2015 enfocada en la empresa de lácteos Píllaro de forma que se fomente a la elaboración de dichos productos basadas en las certificaciones de calidad.

Los resultados muestran que para la empresa es necesario que se certifique según la sistematización exigida por la norma ISO-9001: 2015 para fortalecer el proceso de fabricación y enfocarse en los requerimientos del cliente. Las conclusiones muestran que cumplir con los requisitos mínimos de la norma ISO 9001: 2015 para que una organización sea certificada contribuye a la mejora continua de la organización.

La autora sostiene que, al mejorar el sistema de gestión de la calidad, las empresas deben considerar nuevos modelos de negocios que permitan el crecimiento nacional y los proyectos como catalizador de productos lácteos respaldados por procesos confiables y competitivos.

El aporte de este antecedente según Altamirano (2021), sugiere que una empresa con certificación ISO ayuda a mejorar la productividad de la empresa de lácteos y en la actualidad las empresas extranjeras requieren que los productos que ellos importen sus negocios tengan certificaciones internacionales.

Antecedente 2.

Lagua (2019) por su parte en su trabajo de investigación titulado estandarización del proceso de elaboración de manjar de leche basado en los requerimientos de la norma ISO 9001-2015 en la empresa SOPRAB productos alimenticios. Tal como el título de investigación la autora busca utilizar la norma ISO 9001 para estandarizar el proceso de fabricación de un producto lácteo.

Los resultados del análisis documental sugirieron que los procesos de no estaban estandarizados ya que una parte de los operarios no lo hacen de forma homogénea. El autor identificó que los subprocesos propios del proceso operativo del manjar de leche repostero, mediante la

observación y participación en las actividades que realizaba el operario, donde realizaban la producción del manjar de leche de forma empírica sin tomar en cuenta algún proceso estándar.

Las conclusiones del trabajo de Laguna (2019) sugieren que la empresa necesita crear un manual de procedimientos estandarizados basado en la certificación ISO, sirve como ayuda a la empresa que regule sus actividades dentro de la compañía.

El aporte de este antecedente sirve como punto de partida de que existen otras técnicas de recopilación de información como es el mapa de procesos, que sirve para visualizar el flujo de trabajo dentro de un proceso empresarial.

Antecedente 3.

Lascano (2019) en su trabajo de titulación de alternativas de comercialización de queso amasado de la empresa de lácteos “Jhonny”, cantón Huaca provincia del Carchi, a mercados internacionales. El autor tuvo como propósito identificar qué mercado internacional provee las condiciones ideales para exportar un producto lácteo como es el queso amasado.

Las principales conclusiones que llegó el autor fue que por medio de las herramientas propuestas se determinó que Colombia es el país idóneo para exportar el queso debido a que posee indicadores óptimos como lo es el crecimiento económico, cultura, cercanía geográfica y acuerdos comerciales que facilita que el producto ingrese en dicho mercado.

El mercado objetivo es San Juan de Pasto, debido a que el autor mencionó que dicha ciudad juega un papel importante en las actividades comerciales entre Ecuador y Colombia.

En este sentido, lo encontrado por Lascano es relevante para el presente trabajo de investigación ya que establece las técnicas necesarias para elegir un país al cual exportar un producto lácteo.

El aporte que realiza este antecedente es que los productos lácteos son el segundo grupo de alimentos más consumido en el segmento objetivo, el autor determina la existencia de un amplio nicho de mercado para la entrada de productos lácteos.

Antecedente 4.

En el contexto de internacionalización de las empresas de lácteos, Veintimilla (2020) en su trabajo de titulado Internacionalización de la empresa Heladaza SA hacia el mercado de New York mediante una estrategia comercial de distribución. De acuerdo a los resultados del autor destaca que el canal idóneo de exportación es a través de un canal largo que consta de el exportador, la empresa importadora en EEUU, el distribuidor, la red de supermercados y finalmente el consumidor final.

La principal conclusión del autor ha sugerido utilizar canales de distribución largos a través de los cuales tanto los exportadores como los importadores puedan vender sus productos de manera eficiente. Adicionalmente, el autor menciona que se utilice la red de supermercados es el canal idóneo para distribuir el producto ya que llega a una mayor cantidad de clientes.

El aporte de este antecedente proporciona información relevante ya que provee una estrategia de distribución de productos lácteos como son los supermercados y por último que el producto cumpla con las normas sanitarias y de etiquetado del producto.

Antecedente 5.

De acuerdo con el estudio de Guerrero (2015) tuvo como objetivo de desarrollar una investigación de mercado sobre la exportación del queso necesario "Don Queso" para la empresa PRODALSAN, donde se establezca la oferta y demanda actual de queso en el mercado colombiano. El autor escogió San Juan de Pasto en Colombia puesto que este tipo de queso no se comercializa en el lugar de estudio, por lo que la investigación de mercado estima que este producto tiene una gran demanda.

Dentro de los resultados el autor sugiere que el incoterm adecuado para la exportación del producto es el DAP puesto que es el más beneficioso tanto para el exportador como el importador. Adicionalmente, el autor calculó la capacidad operativa con la que cuenta la planta de producción se cubrirá el 7.77 % de la demanda existente en San Juan de Pasto. Con los índices de evaluación el autor determinó que el proyecto es rentable y arrojaron un resultado de un TIR del 29% el cual es positivo y se considera como factible.

El aporte que realiza este antecedente indica que se debe tener en cuenta al momento de exportar productos como el queso, por lo cual se implementó el modelo de internacionalización con una etapa de exportación activa mejorando ingresos de dicho país.

Antecedente 6.

En el plano internacional, de acuerdo con Pacheco (2017) en su trabajo titulado Diseño, Implantación e Implementación de la Norma de Sistemas de Gestión de Calidad Nb/Iso 9001: 2015 en la Empresa Pública Productiva Lácteos de Bolivia–Lacteosbol para Cumplir los Requisitos de la Certificación Caso: Fabricación de Productos-Leche Uht, Planta Achacachi. El objetivo de este proyecto es documentar el sistema de gestión de la calidad de la empresa LACTEOSBOL en base a los requisitos establecidos en la norma NB / ISO 9001: 2015. De forma que garantice el cumplimiento de este requisito documentando los elementos que lo integran.

Dentro de los resultados la autora sugiere que la empresa resulta tener un incorrecto procedimiento en algunos procesos que formaban parte del sistema de gestión de la calidad. La implantación de un sistema de gestión de la calidad refuerza la imagen de la empresa y refuerza la relación de confianza y lealtad entre el cliente y el negocio. La autora realizó la documentación basada en la norma ISO 9001:2015 con el fin de que la empresa busque su certificación internacional.

El establecimiento y estandarización de procesos de trabajo con procedimientos, instrucciones y registros orientados a la mejora continua asegura y mejora la satisfacción de los usuarios o clientes internos y externos.

El aporte que realiza este antecedente es que con la implementación de una certificación ayuda de forma positiva a que la empresa de lácteos mejore sus procesos y sus relaciones con el cliente.

Antecedente 7

El estudio sobre las “Dinámicas del sector lácteo como ventaja competitiva frente a los retos de mercados internacionales” de parte del autor Pérez (2021), analizó como las capacidades dinámicas del sector lácteo en la ciudad de Córdoba en Colombia pueden ser un factor fundamental para sacar ventaja competitiva en el mercado internacional.

Según los resultados del autor, el sector lácteo en Córdoba ha mostrado fortalezas en cuanto a factores organizativos, técnicos y de recursos humanos. Con respecto a la información documental sobre la gestión del conocimiento, los elementos más relevantes de la gestión del conocimiento pueden ser los elementos promotores del conocimiento, los indicadores de resultados y los elementos funcionales y técnicos.

La mayoría de los procesos en la cadena de suministro de leche en Córdoba tienen fortalezas en términos de cultura organizacional, aprendizaje organizacional y en este sentido desempeño general y tasa de éxito.

El aporte que realiza este antecedente menciona que las capacidades dinámicas contribuirán al proceso de internacionalización de las empresas lácteas es decir se debe aprovechar la ventaja competitiva del talento dinámico, conocimiento y recursos de la industria si se quiere ingresar con éxito al mercado internacional.

Antecedente 8.

Siguiendo la misma línea de investigación los autores Arias, Suescun y Zambrano (2018) identificaron las estrategias necesarias para una correcta internacionalización de las empresas en el sector lácteo en Colombia.

Dentro de los principales hallazgos encontrados por los autores, propusieron estrategias para la internacionalización, donde parten de la problemática de falta de visión empresarial, se le asignaron las estrategias de apertura y afianzamiento mercado nacional o local / apertura de plantas en otros países / diversificación geográfica, y se encuentra apoyada por la teoría del modelo de la ventaja competitiva de las naciones.

El aporte que realiza este antecedente es acerca de los principales factores de éxito para las estrategias de internacionalización de las empresas, influye en la tecnología agroindustrial, esto a llevado a que las empresas tengan éxito aplicando estrategias de internacionalización que se enfocan en la seguridad alimentaria en el ser humano.

Antecedente 9.

De acuerdo con Meyer, Feil y Schaper (2019) en su estudio titulado “Internationalization Strategies in the German Dairy Industry and their Influence on the Economic Performance of Firms”. Los autores tienen como objetivo analizar la industria láctea alemana a la luz de las diferentes estrategias de internacionalización y su influencia en el éxito económico de las empresas.

Los autores descubrieron que las empresas de la industria láctea alemana siguen diferentes estrategias de internacionalización y que estas tienen una influencia diferente en el éxito económico de las empresas. El estudio muestra que existen diferencias significativas en cuanto a la influencia de las distintas estrategias de internacionalización en el desempeño económico de la empresa.

Los resultados muestran una influencia positiva de la estrategia multinacional sobre el desempeño económico, en comparación con las otras estrategias observadas.

El aporte que realiza este antecedente es que las empresas lácteas pueden obtener ventajas económicas y la adopción del mercado al internacionalizarse y de esta manera tener mayor rendimiento económico.

Antecedente 10.

Finalmente, de acuerdo con Wierzejski, Lizińska y Jakubowska (2020) en su estudio titulado “Consumption and Internationalization: Determinants for the Development of the Dairy Market in Poland”. El objetivo de este estudio es evaluar los factores seleccionados que determinan el desarrollo de la producción del sector lácteo en Polonia de cara a la integración con la Unión Europea.

Las principales conclusiones demuestran que, para el desarrollo del sector analizado en los últimos años, las ventas de exportación resultaron más importantes que el nivel y la dinámica del consumo interno. Por un lado, es una señal positiva indicativa de la creciente competitividad internacional de los productos lácteos polacos. En cuanto a la estructura de internacionalización del sector lácteo, se observa una alta posición de los quesos y el requesón como el principal grupo de productos, en términos de valor, en las exportaciones. Entre las tendencias negativas, hay una alta dinámica de ventas al exterior de productos sin procesar, una mala promoción de

las marcas polacas en los mercados extranjeros y la aceptación de ventas sin marca propia. Esta zona presenta un claro potencial para un mayor desarrollo del sector.

El estudio proporciona recomendaciones para el sector lácteo en Polonia necesarias para mejorar la calidad de los grupos de productos orientados a la exportación.

Los hallazgos de este trabajo nos brindan una señal interesante para la construcción de estrategias para la internacionalización del sector lácteo ecuatoriano, tanto en términos de apoyo institucional como de decisiones comerciales.

El aporte que realiza este antecedente es que todas aquellas empresas lácteas deben observar atentamente el mercado e impulsar la demanda interna para competir mejor con los productos importados.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Fundamentación Teórica

2.2.1.1. Teorías de comercio internacional

El principal objetivo de cualquier teoría del comercio internacional es explicar la causa del comercio. Otros dos objetivos de una teoría del comercio internacional son explicar la composición y el volumen del comercio exterior. Una teoría que explica estas tres cuestiones: causa, composición (estructura) y volumen de comercio se dice convencionalmente que es una teoría "completa" del comercio internacional. Las dos teorías completas del comercio internacional que existen son la teoría clásica (también llamada ricardiana) y la teoría neoclásica.

2.2.1.1.1. La teoría clásica del comercio internacional

La teoría clásica del comercio internacional puede decirse que es la primera teoría que, de una forma integrada y coherente, intentó explicar los patrones del comercio internacional entre países y la especialización de éstos en la producción (Anwar, 2009).

2.2.1.1.2. Teoría de la dotación de Factores

“La teoría pone énfasis en la interrelación entre la proporción en la cual los factores de producción están disponibles en los diferentes países y la proporción en la que son utilizados en la producción de diferentes bienes”. (Cantos, 1999, p.32)

2.2.1.1.3. La nueva teoría del comercio internacional

Las nuevas teorías del comercio internacional se refieren al modo en que la política comercial puede modificar el juego estratégico en el que sus empresas se ven envueltas, de modo que puedan tener ventajas para apropiarse de una mayor parte de los beneficios que están en juego. (Cantos, 1999, p.35)

2.2.1.1.4. Ventaja comparativa Michael Porter

“Establece que existen tres maneras principales de posicionarse en el mercado por encima de los competidores: por los precios más bajos, por diferenciación y por enfoque” (Koenes, 1997, p.14).

Tabla 1.

Resumen de las Teorías

Teoría	Descripción	Aporte
La teoría clásica del comercio internacional	Una ventaja comparativa ocurre cuando un país puede producir un bien o servicio a un costo de oportunidad menor costo de oportunidad es uno de los conceptos clave en el estudio de la economía y es prevalente en varios procesos de toma de decisiones.	La teoría clásica del comercio tiene relevancia en el presente trabajo ya que son las precursoras que establecen que a medida un país se abre más al comercio tienen más oportunidades de desarrollo. Para el caso de la empresa de lácteos si puede abrirse a mercados extranjeros, esto representará en una mejora económica.
Modelo Heckscher-Ohlin	Su teoría se basa en los factores de producción de un país: tierra, trabajo y capital, que proporcionan los fondos para invertir en plantas y equipos. Los factores que tenían una gran oferta en relación con la demanda serían más baratos; los factores de gran demanda en relación con la oferta serían más caros.	Esta teoría contribuye al presente trabajo ya que establece la importancia de los factores de producción, como es el caso puntual del trabajo y capital que son necesarios al momento de producir los productos lácteos.
Nueva teoría del comercio internacional	La nueva teoría del comercio sugiere que los factores clave para determinar los patrones del comercio internacional son las economías de escala y los efectos de red que pueden ocurrir en las principales industrias.	Permite a las empresas del sector lácteo de la ciudad de Tulcán, mencionar los diferentes factores que se pueden adaptar a nuevos elementos de producción como es adaptar su forma de trabajo es bajo a economías a escala

Ventaja Competitiva (Michael Porter)	La estrategia competitiva toma acciones para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión. Por tanto, Michael Porter habla sobre estrategias son: El liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque en costos	Esta teoría contribuye en la investigación ya que comprende la adaptación de estrategias y así mejoren la calidad del producto, deberían enfocarse en adoptar una estrategia genérica que aumente su participación en el mercado ya sea por diferenciación, liderazgo en costos o el enfoque en los clientes.
--------------------------------------	--	---

Fuente: elaboración propia

Elaborado por: Escarli Villarreal

2.2.2. Fundamentación Legal

Se tomó cuenta reglamentos, normas, leyes que se encuentran establecidos en la Constitución con el objetivo de determinar las certificaciones internacionales de los productos lácteos de la empresa Jhonny y de esta manera fomentar las exportaciones.

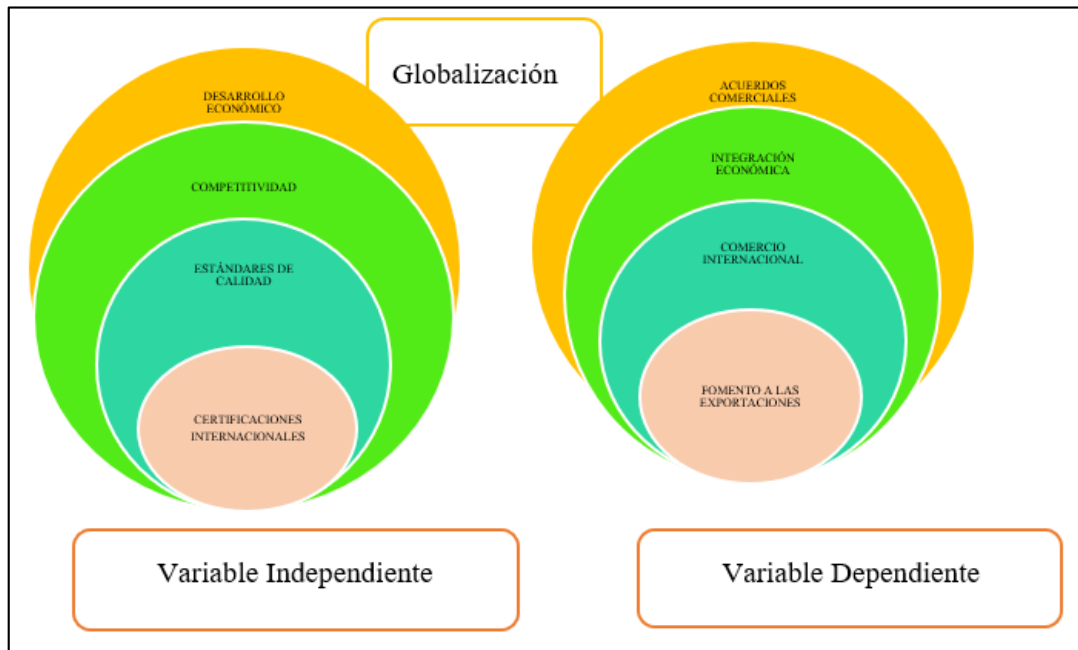
En la Constitución de la Republica del Ecuador en el (art.284) establece el incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad, implementación de estrategias para la búsqueda de nuevos mercados, el cual permite crear fuentes de trabajo y de la misma forma genera ingresos para el país (Asamblea Nacional, 2021).

“Objetivo 2. Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional” (Secretaría Nacional de Planificación, 2021, p.16).

2.2.3. Fundamentación Conceptual

Figura 1.

Variable Independiente – Variable Dependiente



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Escarli Villarreal

2.2.3.1. Globalización

“La globalización es la difusión de productos, tecnología, información y trabajos a través de fronteras y culturas nacionales. En términos económicos, describe una interdependencia de naciones de todo el mundo fomentada a través del libre comercio” (Wang, 2019, p.45).

A través de la globalización permite que la empresa de lácteos Jhonny pueda dar a conocer sus productos y a la vez comercializarlos en distintas partes del mundo.

2.2.3.2. Variable independiente

2.2.3.2.1. Certificaciones internacionales

Las certificaciones son el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas. Existen un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas claramente transnacionales) dedicadas a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares propios de cada una de ellas:

de calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, orgánico, amigable con las aves, biodinámica, de relación, entre otras. (Todo Comercio, 2015, p.67)

Tal como se ha mencionado a lo largo de la investigación, las certificaciones internacionales sirven como aporte a la empresa Johnny como señal hacia los mercados extranjeros de que sus procesos se realizan con la máxima rigurosidad posible.

2.2.3.2.2. Estándares de calidad

Los estándares de calidad se definen como documentos que proporcionan requisitos, especificaciones, pautas o características que se pueden usar de manera consistente para garantizar que los materiales, productos, procesos y servicios sean adecuados para su propósito. Los estándares brindan a las organizaciones la visión, la comprensión, los procedimientos y el vocabulario compartidos necesarios para cumplir con las expectativas de sus partes interesadas. Debido a que los estándares presentan descripciones y terminología precisas, ofrecen una base objetiva y autorizada para que las organizaciones y los consumidores de todo el mundo se comuniquen y realicen negocios (Heras-Saizarbitoria, 2018, p.76).

Este concepto aporta al presente trabajo ya que los estándares de calidad son un conjunto de procedimientos que garantiza que los productos que elabora la empresa Johnny sean de calidad.

2.2.3.2.3. Competitividad

La competitividad es la capacidad demostrada para diseñar, producir y comercializar una oferta que satisfaga total, única y continuamente las necesidades de los segmentos de mercado específicos, mientras se conecta y extrae recursos del entorno empresarial, y logra un retorno sostenible de los recursos empleados. (Feenstra, 2018, p.63)

El concepto de la competitividad aporta al presente trabajo ya que los productos lácteos al ser relativamente homogéneos en comparación a los de la competencia es necesario demostrar que por medio de los certificados internacionales la empresa Johnny se podrá diferenciar de la competencia.

2.2.3.2.4. Desarrollo económico

El desarrollo económico, el proceso por el cual las economías nacionales simples y de bajos ingresos se transforman en economías industriales modernas. Aunque el término se utiliza a veces como sinónimo de crecimiento económico, generalmente se emplea para describir un cambio en la economía de un país que implica mejoras tanto cualitativas como cuantitativas. (Hiscox, 2020, p.49)

El concepto de desarrollo económico sirve para el presente trabajo de investigación ya que, si la empresa Johnny exporta sus productos lácteos al mercado extranjero, esto generaría mayores fuentes de ingreso para la compañía, creando nuevas plazas de empleo, lo que contribuye al desarrollo económico.

2.2.3.3. Variable dependiente

2.2.3.3.1. Fomento de exportaciones

“Son las políticas que reflejan el interés de los gobiernos nacionales por estimular las exportaciones. Los subsidios, las excepciones fiscales y las líneas de crédito especiales son los principales instrumentos utilizados para promover las exportaciones” (Dunne & Reus-Smit, 2017, p.98).

El concepto del fomento de las exportaciones es importante para el presente trabajo porque aporta al conocimiento de que regulaciones están vigentes por parte del gobierno que ayuden a que las empresas locales empiecen a vender sus productos en el extranjero.

2.2.3.3.2. Comercio internacional

“El comercio internacional consiste en bienes y servicios que se mueven en dos direcciones: Importaciones que fluyen hacia un país desde el extranjero y las Exportaciones que salen de un país y se venden en el extranjero” (Feenstra, 2018, p.78).

Este concepto es el eje central del presente trabajo de investigación porque aporta en la medida de lo posible en cómo funciona el intercambio de los productos lácteos entre países. Es por ello, que es importante el tema de las exportaciones hacia nuevos mercados para la empresa Johnny.

2.2.3.3.3. Integración económica

La integración económica es un arreglo entre naciones que típicamente incluye la reducción o eliminación de barreras comerciales y la coordinación de políticas monetarias y fiscales. La integración económica tiene como objetivo reducir los costos tanto para los consumidores como para los productores y aumentar el comercio entre los países involucrados en el acuerdo. La integración económica a veces se denomina integración regional, ya que a menudo ocurre entre naciones vecinas (Hiscox, 2020, p.88).

El concepto de integración económica es un concepto importante ya que permite buscar mercados extranjeros en común con el Ecuador como es la Comunidad Andina (CAN) a la cual

el país es miembro, facilita exportar los productos lácteos a países como Colombia, Perú y Bolivia, sin necesidad de hacer frente a barreras comerciales.

2.2.3.3.4. Acuerdos comerciales

“Es un pacto entre dos o más naciones para reducir las barreras a las importaciones y exportaciones entre ellas” (Hiscox, 2020, p.89).

Para el caso del presente trabajo un acuerdo comercial aporta mucho a la empresa de lácteos porque permite localizar mercados más grandes y desarrollados como es la Unión Europea donde Ecuador mantiene un acuerdo comercial vigente. En este sentido, gracias al acuerdo facilitaría la entrada del producto con una menor carga arancelaria.

2.2.3.4. Calidad requerida para exportaciones

Según el Banco Interamericano de Desarrollo se establecen algunos parámetros que se deben cumplir para el ingreso de productos de origen animal a la Unión Europea.

Tabla 2.

Exportación animales vivos y productos de origen animal

Procedimiento para exportar animales vivos y productos de origen animal	
Control zoonosanitario de los animales y productos de origen animal	El país que realizara las exportaciones debe someterse a una auditoría comunitaria, además de disponer de instalaciones propias para el análisis de los animales o productos. El país debe definir también sistemas para el control de enfermedades en animales cuyos resultados sean demostrables. Se debe realizar control sobre: <ul style="list-style-type: none"> • Los medicamentos veterinarios, mismos que pueden generar resistencia hacia los antibióticos y afecciones a la salud • Residuos, mismos que pueden influir negativamente en el medio ambiente. • Contaminantes, siendo los límites establecidos en la Tabla 3. • Aditivos (colorantes, endulzantes, etc.), correspondiente a sustancias agregadas al producto final que influyen en el sabor, pero que en cantidades elevadas afectan la salud.
Control de residuos, contaminantes y aditivos	
Listado de establecimientos aprobados	Las autoridades de los países deben asegurar que los establecimientos cumplan con las condiciones de legislación comunitaria de alimentación. Se debe crear una lista de establecimientos que cumplan la normativa y se debe realizar seguimiento constante.
Inspección fronteriza a la entrada de Unión Europea	El envío o tránsito debe ser sometido a control veterinario oficial o análisis del producto, además de controles documentales, control de identidad y control físico.

Fuente: adaptado de Woller (2016)

Elaborado por: Escarli Villarreal

Respecto al control zoonosario de los animales y productos de origen animal se han establecido requisitos para la producción y distribución de productos destinados al consumo humano. Uno es el control microbiológico para la detección de posibles infecciones en los animales de donde provienen los alimentos. Otro es el control de los residuos, contaminantes y aditivos, siendo primordial el seguimiento para eliminación de sustancias que pueden afectar la salud humana como los medicamentos veterinarios (Woller, 2016). En el caso de varios contaminantes se establecen los límites máximos para el ingreso de alimentos lácteos, como se muestra a continuación:

Tabla 3.

Contenido máximo de componentes

	Contenido máximo (u/kg)
Micotoxina	0,005
3 pg EQT PCDD/F-OMS/g grasa	0,001
Plomo	0,02

Fuente: Adaptado de Unión Europea, 2017

Elaborado por: Escarli Villarreal

Los establecimientos además deben contar con implementación y funcionamiento de los Análisis de Riesgo y Control de Puntos Críticos (HACCP), control microbiológico y registro de medidas de control y resultados periódicos. Otro punto a destacar son las obligaciones de las empresas alimenticias como la monitorización de la inocuidad de los productos, cumplir la normativa general en materia de higiene en la producción, cumplir con normas generales en cada etapa del proceso, cumplir con requerimiento de temperatura, cadena de frío y requisito microbiológico, emplear el HACCP, registro y autorización del establecimiento, certificado de la autoridad competente del país de origen (Woller, 2016).

Aplicación de HACCP en la producción

El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) es un sistema de control de la producción en alimentos para garantizar seguridad de los mismos. Este sistema se basa en siete principios:

1. Identificar y analizar peligros y determinar medidas de prevención
2. Identificar puntos de control crítico
3. Determinar los límites críticos de cada punto
4. Establecer procedimientos de monitoreo para cada punto

5. Establecer acciones correctivas para considerar en caso de punto crítico fuera de control
6. Establecer documentación correspondiente a los procedimientos y sistema de registro
7. Determinar el procedimiento de verificación, incluyendo ensayos y proceso para la corroboración del funcionamiento de HACCP. (Woller, 2016, p.48)

En el caso de la empresa Jhonny esta puede perfilarse para la exportación de queso fresco hacia la Unión Europea dado que muestra las condiciones para la aplicación de HACCP, esto en función del control que realiza en los parámetros de recepción de la leche, el control y seguimiento del proceso de producción, las normas de higiene, registro sanitario, y certificados emitidos por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. La empresa necesita realizar análisis al producto para determinar los residuos, contaminantes y aditivos y corroborar si cumplen con los requerimientos de la Unión Europea.

2.2.3.5. Precios del queso Ecuador vs Alemania

Alemania es el cuarto consumidor de queso a nivel mundial, después de Grecia, Francia y Malta. El consumo de queso en Alemania es de 20,6 kilos por habitante, esto lo constituye como un mercado con potencial para exportaciones. El precio del queso en este país va desde los 0,50 centavos hasta los 10 dólares, esto depende del tamaño y principalmente del tipo de queso (Düsseldorf, 2018). Ya que en este lado del mundo existen varios tipos de queso como Allgäuer Bergkäse, Allgäuer Emmentaler, Altnburger Ziegenkäse, Odenwälder Frishtückskäse, entre otros, que requieren de procesos de producción especiales.

En el caso del queso fresco de 500 gramos presenta un valor de 2,75 dólares. Este precio comparado con el precio de la empresa Jhonny, cuyo queso de 450 gramos es de 2,50 dólares, es bajo, en función de la ciudad hacia donde se envíe la exportación. El precio económico puede deberse a la cantidad de producción láctea alemana, a esto se deben sumar los costos adicionales en que incurre la empresa Jhonny al exportar el producto y colocarlo en territorio alemán.

Resultando en poco viable económicamente la exportación del queso, una alternativa para mejorar esta situación, es la implementación de tecnología para disminuir los tiempos de producción, además de la reducción de costos de producción. Al mejorar algunos aspectos como: apoyo económico gubernamental, guía y acompañamiento, capacitaciones, mejora en los

procesos productivos con tecnología; las empresas ecuatorianas pueden alcanzar un nivel de competitividad con empresas extranjeras, por ello la importancia de generar oportunidades de conocimiento respecto a las exportaciones.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1 Enfoque Cualitativo

Es aquel que no involucra números o datos numéricos. A menudo implica palabras o lenguaje, pero también puede utilizar imágenes o fotografías y observaciones. El análisis cualitativo da como resultado datos ricos que brindan una imagen detallada y es particularmente útil para explorar cómo y por qué sucedieron las cosas (Merriam & Grenier, 2019, p.98).

El enfoque cualitativo se ajusta al presente trabajo de investigación porque buscará por medio de la entrevista conocer los motivos y circunstancias por las cuáles la empresa “Johnny” exportaría sus productos lácteos al extranjero y cuáles serían los principales retos para llevar a cabo el proceso de internacionalización.

3.1.1.2 Enfoque Cuantitativo

“El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos brincar o eludir pasos” (Bernal, 2006, 60). Para el presente trabajo se optó por este enfoque puesto que será necesario el uso de estadísticas con el fin de poder conocer aspectos de bajo que estándares la empresa produce sus productos lácteos, calidad de producción, razones para obtener certificación internacional, entre otros aspectos.

3.1.2. Tipos de Investigación

3.1.2.1 Investigación Descriptiva

“La investigación descriptiva tiene como objetivo describir de manera precisa y sistemática una población, situación o fenómeno. Puede responder preguntas sobre qué, dónde, cuándo y cómo” (Merriam & Grenier, 2019, 73). En base a lo mencionado, el tipo de investigación descriptivo se ajusta al presente trabajo, porque se entró en detalle en cómo la empresa se maneja actualmente en términos de producción, se describe las motivaciones y desafíos para acceder a los mercados extranjeros. Finalmente, este tipo de investigación se lo utilizó en este trabajo

porque se describe paso a paso los requisitos, medios y costos para que la empresa “Johnny” pueda acceder a los certificados internacionales.

3.2. IDEA PARA DEFENDER

Las certificaciones internacionales de productos lácteos de la empresa Johnny incrementan sus exportaciones.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 4.

Operacionalización de variables

Variable	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
V.I certificaciones internacionales	“Son una alternativa cada día más utilizada por las empresas, con la finalidad de mejorar la productividad, conquistar mercados y generar confianza entre los clientes” (Mondragón, 2016).	Certificaciones	Porcentaje de productos que tengan certificaciones internacionales	Entrevista	Cuestionario preguntas abiertas
		Estándares	Porcentaje de empleados que siguen procesos estandarizados		
		Competitividad	Estrategias de comercialización del producto		
V.D fomento a las exportaciones	A través de las certificaciones permitirá dar oportunidades para comercializar los productos.	Fomento exportaciones Comercio internacional Integración económica Acuerdos comerciales	Factores para acceder a mercados internacionales Barreras arancelarias y no arancelarias.	Entrevista	Cuestionario preguntas abiertas

Elaborado por: Escarli Villarreal

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método deductivo

“Es un método de razonamiento que consiste en tomar datos generales para explicaciones particulares” (Bernal, 2006, p.56). El presente trabajo se ajusta al método deductivo puesto que se parte de la teoría donde a medida que una empresa obtenga certificaciones internacionales, esto genera que la misma sea propensa a poder internacionalizarse.

3.4.2. Población

Se aplica al gerente de lácteos “Johnny”, así como también se buscó conocer las opiniones de encargados de las siguientes instituciones: Agrocalidad, Pro-Ecuador, Cámara de la pequeña industria del Carchi dejando un total de 4 personas.

3.4.3. Técnicas de recopilación de información

“La entrevista consiste en una técnica de investigación cualitativa que implica hacer preguntas abiertas para conversar con los encuestados y recopilar datos sobre un tema.” (Merriam & Grenier, 2019, p.64).

El presente trabajo utiliza como técnica de recopilación de información la entrevista puesto que se buscó conocer información sobre el mercado idóneo para exportar productos lácteos, barreras arancelarias, factores para acceder a mercados internacionales, formas de publicitar el producto en mercados extranjeros y documentos importantes para exportar el producto.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.5. Producto

Partida Arancelaria	Descripción	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
040610	Queso fresco "sin madurar", incl. el del lactosuero, y requesón	5.458.199	6.373.244	6.777.865	6.834.586	7.136.436
040620	Quesos y requesón - Queso de cualquier tipo, rallado o en polvo	1.665.860	1.956.066	2.145.289	2.169.306	2.211.192
040310	Yogur, incl. aromatizado, con adición de azúcar u otro edulcorante, frutas o cacao	2.665.181	2.782.749	2.871.450	2.796.836	2.781.376

Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

3.5.1. Análisis situacional de los países demandantes

Para el análisis de los principales países demandantes se tomaron los criterios:

- Principales importadores de queso fresco a nivel global
- Principales importadores de queso fresco en América Latina
- Principales exportadores de Ecuador.

Tabla 5.

Principales importadores de queso fresco a nivel global

País	Valor importado 2020 (miles USD)	Cantidad importada (toneladas)	Tasa de crecimiento entre 2019 y 2020	Participación de importaciones mundiales
Mundo	\$7.161.800	2095086	5%	100,00%
Italia	\$688.587	205938	-10%	9,61%
Francia	\$561.429	127363	20%	7,84%
Alemania	\$557.814	165950	5%	7,79%
Reino Unido	\$550.351	181807	1%	7,68%
Corea del sur	\$396.403	100483	14%	5,53%

Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En la tabla 5 se observa los principales importadores de queso fresco a nivel global en el año 2020. En general se observa que las importaciones del queso incrementaron en un 5% con respecto al año 2019. Cabe destacar que Italia es el principal demandante de dicho producto al tener una participación del 9,61%, le sigue Francia con el 7,84% del total de las importaciones de queso fresco, después esta Alemania con el 7,79%, en cuarto lugar, se ubica el Reino Unido con el 7,68%, en quinto lugar, se encuentra Corea del Sur con un 5,53%.

Tabla 6.

Principales importadores de queso fresco a nivel latinoamericano

País	Valor importado 2020 (miles USD)	Cantidad importada (toneladas)	Tasa de crecimiento entre 2019 y 2020	Participación de importaciones mundiales
América Latina	\$311237	94849	3,94%	100,00%
Chile	\$71992	34101	3,60%	23,13%

El Salvador	\$57894	14620	20,04%	18,60%
Brasil	\$54900	16835	7,05%	17,64%
República Dominicana	\$29577	7034	9,66%	9,50%
México	\$25513	5985	-10,21%	8,20%

Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

A nivel latinoamericano Chile, El Salvador y Brasil son los mayores demandantes de queso fresco abarcando más del 59% de las importaciones.

Tabla 7.

Principales exportadores de queso fresco en Ecuador

Empresas	RUC	Ciudad	Destino	FOB	Régimen de exportación
Compañía Productora y Exportadora Panaglobal Cía. Ltda.	1792493145001	Quito	Estados Unidos	\$189.564	Exportación de consumo
Galarza Vargas Byron Edilberto	1301473359001	Portoviejo	Estados Unidos	\$1.506	Exportación de consumo
SAGACOMEX CIA. LTDA.	1791830253001	Mejía	Estados Unidos	\$5.460	Exportación de consumo
Suarez Ana Yolanda	1801729425001	Mejía	Estados Unidos	\$46.468	Exportación de consumo

Fuente: COBUS Ecuador (2021). SRI




Elaborado por: Escarli Villarreal

En la tabla 7 se observa los principales exportadores en el Ecuador donde en el año 2019 exportaron un total de \$243000, donde la Compañía Productora y Exportadora Panaglobal Cía. Ltda abarca el 78% del total de las exportaciones.

3.5.2 Factores políticos

Tabla 8.

Gobierno

ITALIA	FRANCIA	ALEMANIA
		
<p>En Italia la forma de gobierno se divide en tres poderes: ejecutivo, judicial y legislativo. Ejecutivo: el presidente nombra el gabinete ejecutivo. El primer ministro es un miembro del gabinete y puede nominar una lista de ministros del gabinete para ser nombrados por el presidente. Judicial: La Corte Suprema di Cassazione es el tribunal más alto del país y tiene jurisdicción sobre todos los tribunales inferiores. La Corte Costituzionale determina la constitucionalidad de las leyes.</p>	<p>En Francia la forma de gobierno se divide en tres poderes: ejecutivo, judicial y legislativo. Ejecutivo: El presidente nombra al primer ministro y al gabinete y, si es del mismo lado político, puede pedirle que renuncie a pedido. El primer ministro puede emitir regulaciones autónomas o subordinadas. Judicial: El consejo constitucional es elegido por el presidente y el parlamento. El sistema judicial independiente no responde ni está controlado por los otros dos poderes del Estado.</p>	<p>En Alemania la forma de gobierno se divide en tres poderes: ejecutivo, judicial y legislativo. Ejecutivo: Está compuesto por el presidente federal y el gabinete federal. El presidente federal es elegido por voto indirecto, mientras que el canciller es elegido por el parlamento. Judicial: Consiste en la corte constitucional federal, quien tiene la responsabilidad de las decisiones de la corte suprema. La mitad es elegida por cada división del parlamento.</p>

Fuente: Ares y Bouza (2019)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En la Tabla 8 se muestran los modos de gobierno que tienen Italia, Francia y Alemania. En general, los tres países mantienen los 3 poderes que son el ejecutivo, judicial y legislativo donde las diferencias más relevantes se hayan en el rol del poder ejecutivo y en la cantidad de personas que llevan a cabo el poder legislativo.

Tabla 9.

Acuerdos comerciales

ITALIA	FRANCIA	ALEMANIA
		
<p>China Nueva Zelanda Australia México MERCOSUR Japón Vietnam Singapur Colombia</p>	<p>China Nueva Zelanda Australia México MERCOSUR Japón Vietnam Singapur Colombia</p>	<p>China Nueva Zelanda Australia México MERCOSUR Japón Vietnam Singapur Colombia</p>

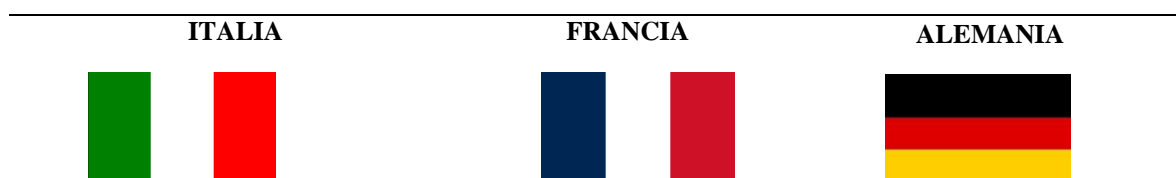
Perú Ecuador	Perú Ecuador	Perú Ecuador
-----------------	-----------------	-----------------

Fuente: Consejo Europeo (2021)
Elaborado por: Escarli Villarreal

En la tabla 9 se muestran los acuerdos comerciales que manejan Italia, Francia y Alemania. En general, al pertenecer estos tres países a la Unión Europea, los mismos no gestionan de forma individual sus acuerdos comerciales, sino que lo hacen de forma conjunta. En este sentido, las tres naciones tienen la misma cantidad de tratados comerciales.

Tabla 10.

Política comercial



Italia al ser miembro de la Unión Europea su política comercial va a estar enmarcada a lo que el bloque económico decida. En este sentido, los ámbitos de la política comercial de la UE son los siguientes:

Comercio mundial

Apertura de mercados exteriores

Disputas comerciales y defensa: la Unión Europea no es ingenua sobre el libre comercio. Mantenemos nuestros estándares con nuestros socios comerciales y nos aseguramos de que las empresas y los trabajadores europeos prosperen en la economía mundial.

Al igual que Italia, Francia se rige bajo la política comercial de la Unión Europea:

Comercio mundial
 Apertura de mercados exteriores
 Disputas comerciales y defensa

Igualmente, que Italia y Francia. Comercio mundial

Apertura de mercados exteriores
 Disputas comerciales y defensa

Fuente: European Commission (2015)
Elaborado por: Escarli Villarreal

En la tabla 10 se muestran las políticas comerciales que manejan Italia, Francia y Alemania. Al igual que en la tabla anterior, al pertenecer estos tres países a la Unión Europea, los mismos no gestionan de forma individual sus políticas comerciales, sino que lo hacen de forma de bloque europeo. En este sentido, las tres naciones tienen la misma forma de tratar sus asuntos de comercio exterior.

3.5.3 Factores legales

Tabla 11.

Barreras arancelarias y no arancelarias Italia

ITALIA



Barreras arancelarias y No arancelarias	<p>Barreras arancelarias Italia se aplica un Arancel Externo Común (AEC) a otros países, incluido Ecuador. La Comunidad Europea ha creado el sistema Binding Tariff Information (BTI) como una herramienta para obtener la clasificación arancelaria.</p> <p>Barreras no arancelarias Algunos bienes, como los productos agrícolas y los productos que tienen implicaciones, pueden estar sujetos a ciertas restricciones y / o regulaciones de importación.</p>
---	--

Fuente: (Austrade, 2021)


Elaborado Por: Escarli Villarreal

En la tabla 11 se muestran las barreras arancelarias en donde Italia es parte del sistema comercial armonizado de la Unión Europea las cuales están cubiertas de las mismas y las barreras no arancelarias en donde algunos productos agrícolas tienen que obtener licencias de importación y documentos de exportación para poder realizar las exportaciones.

Tabla 12.

Barreras arancelarias y no arancelarias Francia

FRANCIA



Barreras arancelarias y No arancelarias	<p>Barrera arancelaria Se aplica un Arancel Externo Común (AEC) a otros países, incluida Australia. La Comunidad Europea ha creado el sistema Binding Tariff Information (BTI) como una herramienta para obtener la clasificación arancelaria correcta para las mercancías de importación o exportación. Antes de enviar cualquier producto, consulte con la Aduana francesa.</p> <p>Barreras no arancelarias En Francia la mayoría están enfocadas en productos agrícolas.</p>
---	---


Fuente: (Austrade, 2021)

laborado Por: Escarli Villarreal

En la tabla 12 se describe las barreras arancelarias se aplica un arancel externo Común y las barreras no arancelarias están enfocadas en productos agrícolas.

Tabla 13.

Barreras arancelarias y no arancelarias Alemania

ALEMANIA	
	
Barreras arancelarias y No arancelarias	La Comunidad Europea ha creado el sistema Binding Tariff Information (BTI) como una herramienta para obtener la clasificación arancelaria correcta para las mercancías de importación o exportación

Fuente: (Austrade, 2021)




Elaborado Por: Escarli Villarreal

En la tabla 13 se resalta las barreras arancelarias aplican el arancel externo común a otros países, como Ecuador, y las barreras no arancelarias están enfocadas en productos agrícolas.

3.5.4 Factores económicos

Tabla 14.

Producto Interno Bruto (PIB)

ITALIA	FRANCIA	ALEMANIA
		
Con respecto a los resultados socioeconómicos se analiza en primer lugar el PIB de Italia existió una tendencia creciente desde el 2016 hasta el 2019, pasando de 1.67 mil millones de dólares a 1.73 mil millones de dólares. una tasa de crecimiento promedio del -1.49%	Con respecto al PIB de Francia existió una tendencia creciente desde el 2016 hasta el 2019, pasando de 2.22 mil millones de dólares a 2.35 mil millones de dólares.	En cuanto al PIB de Alemania existió una tendencia creciente desde el 2016 hasta el 2019, pasando de 3.09 mil millones de dólares a 3.23 mil millones de dólares.


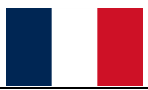

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En la tabla 14 se observó el comportamiento del PIB en Italia, Francia y Alemania, en general todas las naciones presentaron un crecimiento sostenido en sus economías durante el 2016 hasta el 2019. No obstante, los tres países sufrieron los estragos del covid-19 en sus economías, siendo Alemania la que fue menos perjudicada al tener una tasa de crecimiento promedio del -0,12%.

Tabla 15.

PIB per cápita

ITALIA	FRANCIA	ALEMANIA
		
Con respecto a los resultados del PIB per cápita de Italia existió una tendencia creciente desde el 2016 hasta el 2019, pasando de 27.65 mil dólares a 28.89 mil dólares. No obstante, a partir del 2020 a raíz del covid-19 la economía italiana presentó una recesión disminuyendo su PIB per cápita en 26.40 mil dólares, es decir, un -9%. Es así que, en Italia el PIB tuvo una tasa de crecimiento	Con respecto al PIB per cápita de Francia existió una tendencia creciente desde el 2016 hasta el 2019, pasando de 33.31 mil dólares a 34.93 mil dólares. No obstante, a partir del 2020 a raíz del covid-19 la economía francesa presentó una recesión disminuyendo su PIB per cápita en 32.03 mil dólares, es decir, un -8%. Es así que, en Francia el PIB tuvo una tasa de crecimiento	En cuanto al PIB per cápita de Alemania existió una tendencia creciente desde el 2016 hasta el 2019, pasando de 37.57 mil dólares a 38.90 mil dólares. No obstante, a partir del 2020 a raíz del covid-19 la economía alemana presentó una recesión disminuyendo su PIB per cápita en 36.93 mil dólares, es decir, un -5%. Es así que, en Alemania el PIB tuvo una tasa de crecimiento

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En la tabla 15 se presenta el comportamiento del PIB per cápita en Italia, Francia y Alemania. Al igual que pasó con el PIB, los tres países sufrieron los estragos del covid-19 en sus economías, siendo Alemania la que fue menos perjudicada al tener una tasa de crecimiento promedio del -0,39%.

Tabla 16.

Inflación

ITALIA	FRANCIA	ALEMANIA
		
En cuanto a la inflación de Italia se pudo observar durante el periodo del 2016 al 2017 los precios tuvieron un comportamiento creciente pasando de -0.09% hasta 1.23%. No obstante, los precios tuvieron una tendencia decreciente pasando en el 2018 a un porcentaje de 1,14% hasta el 2020 con una tasa negativa del -0.14%. En general, la inflación tuvo una tasa promedio del 0.55%	En cuanto a la inflación de Francia se pudo observar durante el periodo del 2016 al 2018 los precios tuvieron un comportamiento creciente pasando de 0.18% hasta 1.85%. No obstante, los precios tuvieron una tendencia decreciente pasando en el 2019 a un porcentaje de 1,11% hasta el 2020 con una tasa negativa del 0.48%. En general, la inflación tuvo una tasa promedio del 0.93%	En cuanto a la inflación de Alemania se pudo observar durante el periodo del 2016 al 2018 los precios tuvieron un comportamiento creciente pasando de 0.49% hasta 1.73%. No obstante, los precios tuvieron una tendencia decreciente pasando en el 2019 a un porcentaje de 1,45% hasta el 2020 con una tasa negativa del 0.51%. En general, la inflación tuvo una tasa promedio del 1.14%

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

Los resultados de la tasa de inflación anual de Italia, Francia y Alemania, son presentados en la tabla 16. A nivel general la mayoría de los países tuvieron un crecimiento constante en sus precios hasta el año 2018 luego, presentaron menores niveles de inflación en comparación con años anteriores, siendo Alemania la que mostró un mejor comportamiento en este indicador con un valor promedio del 1,14%.

BALANZA COMERCIAL DE ITALIA

Tabla 17.

Balanza Comercial Ecuador – Italia

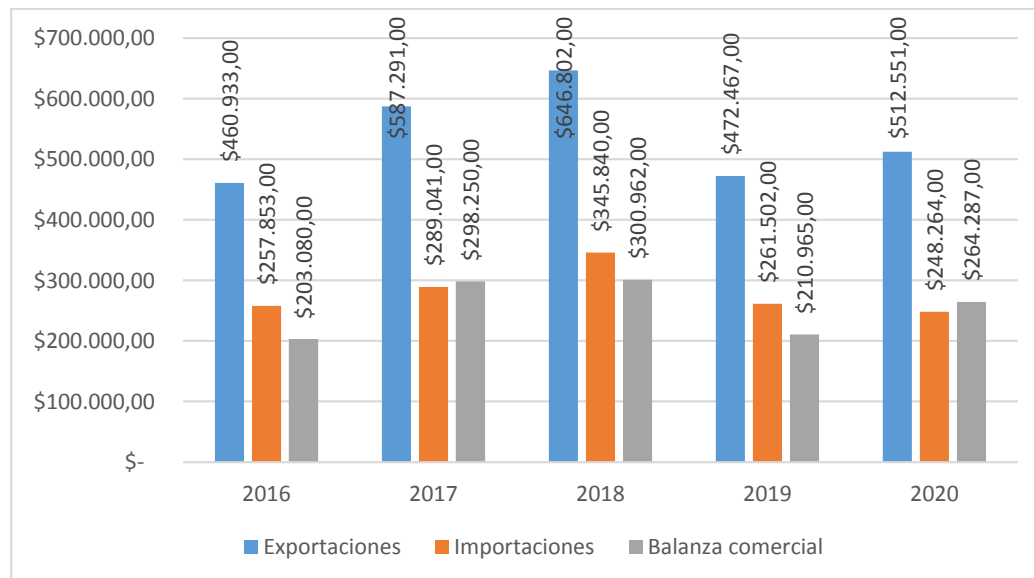
	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	\$460.933,00	\$587.291,00	\$646.802,00	\$472.467,00	\$512.551,00
Importaciones	\$257.853,00	\$289.041,00	\$345.840,00	\$261.502,00	\$248.264,00
Balanza comercial	\$203.080,00	\$298.250,00	\$300.962,00	\$210.965,00	\$264.287,00

Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

Figura 2.

Balanza comercial entre Italia y Ecuador



Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Autora

Se observa que las exportaciones entre ambas naciones pasaron \$460 millones de dólares en el 2016 y para el 2020 las mismas se incrementaron en \$512 millones de dólares a una tasa del 11.20%.

BALANZA COMERCIAL DE FRANCIA

Tabla 18.

Balanza Comercial Ecuador – Francia

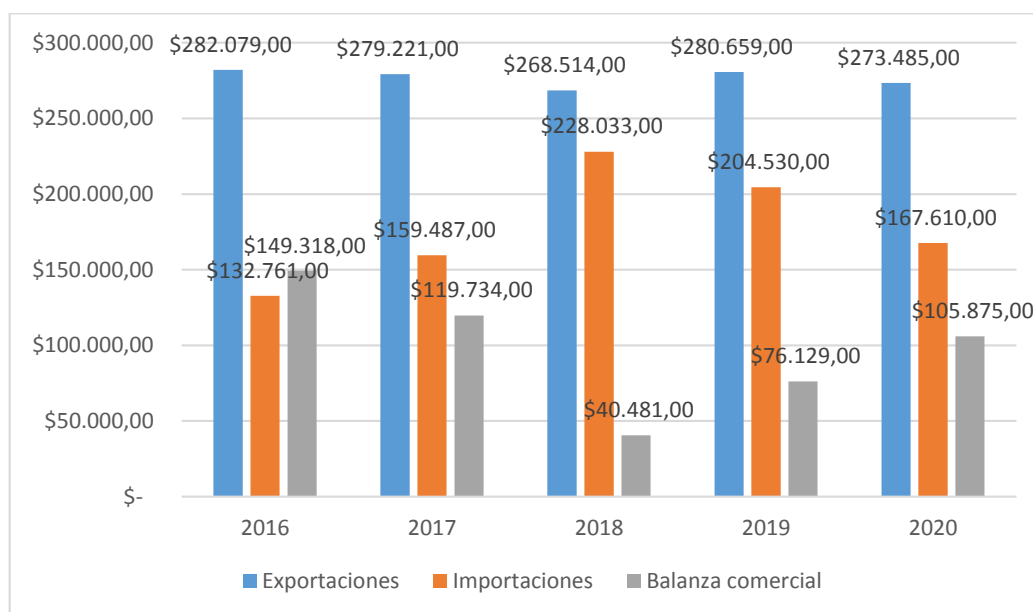
	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	\$282.079,00	\$279.221,00	\$268.514,00	\$280.659,00	\$273.485,00
Importaciones	\$132.761,00	\$159.487,00	\$228.033,00	\$204.530,00	\$167.610,00
Balanza comercial	\$149.318,00	\$119.734,00	\$40.481,00	\$76.129,00	\$105.875,00

Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

Figura 3.

Balanza comercial entre Francia y Ecuador



Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Autora

Análisis

Se observa que las exportaciones entre ambas naciones pasaron \$282 millones de dólares en el 2016 y para el 2020 las mismas se redujeron en \$273 millones de dólares a una tasa del -3,05%.

BALANZA COMERCIAL DE ALEMANIA

Tabla 19.

Balanza Comercial Ecuador – Alemania

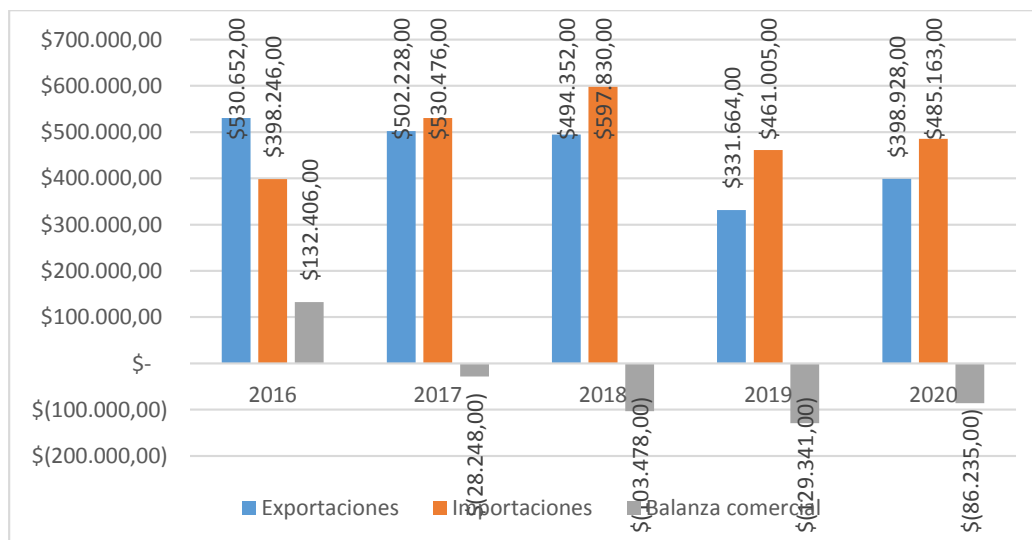
	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	\$530.652,00	\$502.228,00	\$494.352,00	\$331.664,00	\$398.928,00
Importaciones	\$398.246,00	\$530.476,00	\$597.830,00	\$461.005,00	\$485.163,00
Balanza comercial	\$132.406,00	\$28.248,00	\$103.478,00	-\$129.341,00	\$86.235,00

Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

Figura 4.

Balanza comercial entre Alemania y Ecuador



Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Autora

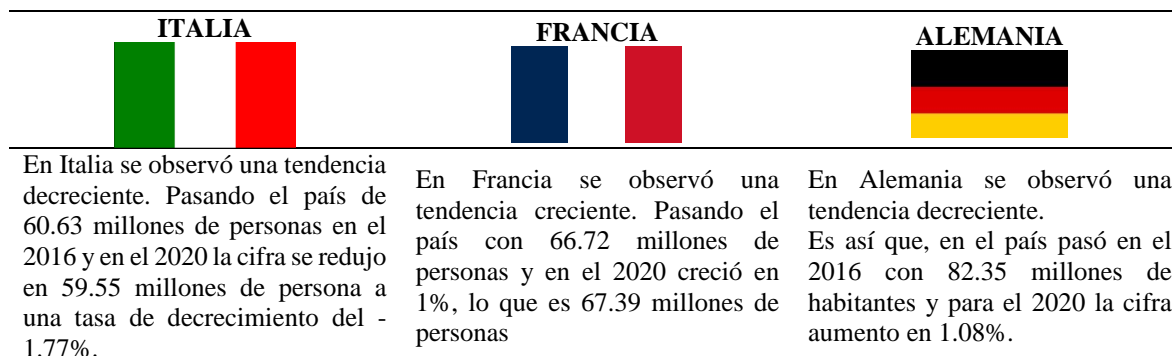
Análisis

Se observa que las exportaciones entre ambas naciones pasaron \$530 millones de dólares en el 2016 y para el 2020 las mismas se redujeron en \$398 millones de dólares a una tasa del -25%.

3.5.5 Factores sociales

Tabla 20.

Tamaño de la población



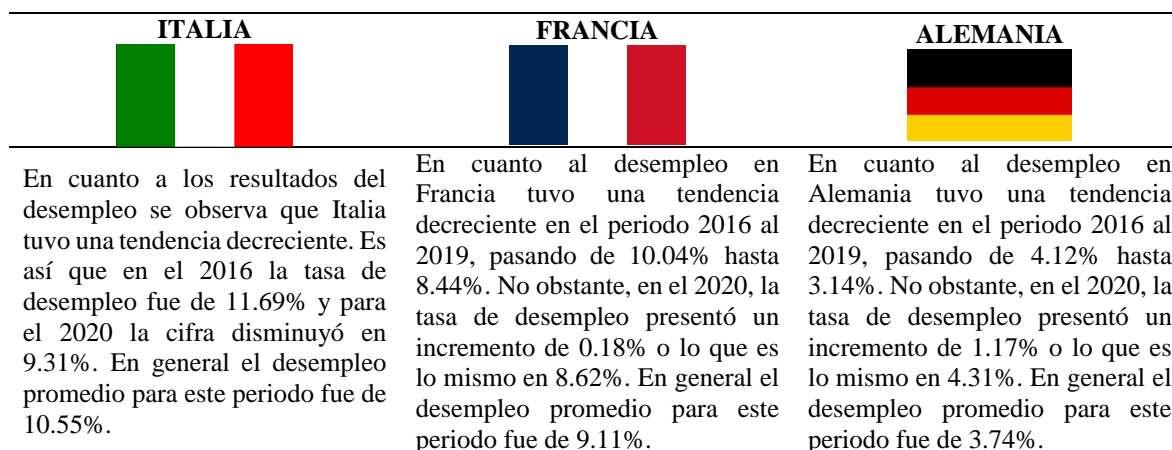
Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En la tabla 20 se presenta el comportamiento del crecimiento poblacional, donde se observó que en Italia ha bajado su nivel de población, mientras que Francia y Alemania, presentaron una tendencia creciente referente a este rubro, siendo Alemania la que mayor población ostenta y con una mayor tasa de crecimiento poblacional.

Tabla 21.

Tasa de desempleo



Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En la tabla 21 se presenta el comportamiento del desempleo, donde se observó que Italia es el que tiene una mayor tasa de desempleo promedio del 10,55%, después le sigue Francia con el 9,11% y Alemania es la que presenta un mejor comportamiento al poseer una tasa promedio de desempleo del 3.74%.

3.5.6 Factores tecnológicos

Tabla 22.

Factor Tecnológico en Italia



Italia ha logrado avances significativos en el ámbito digital a lo largo de los años. De hecho, es uno de los cuatro principales países de Europa en revolución digital. Cuenta con más de 105.000 empresas de alta tecnología que combinan todos los sectores y es líder en el mercado de la robótica en Europa. También ha logrado excelentes avances en la computación en la nube (Fratta & Sabatini, 2020).

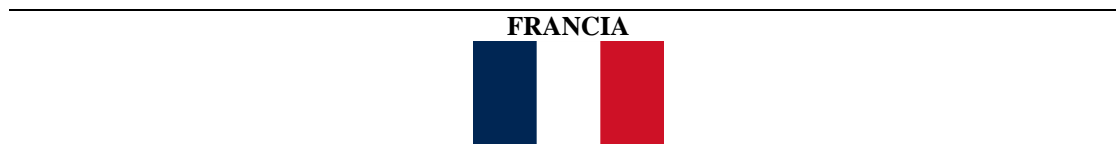
Fuente: (Fratta & Sabatini, 2020).

Elaborado por: Escarli Villarreal

Italia está invirtiendo fuertemente en tecnología, pero sin embargo existen algunas debilidades que deben abordarse. Por ejemplo, la escasa provisión de banda ancha y la falta de oportunidades e instalaciones de formación sobre tecnologías avanzadas están frenando el progreso de la revolución digital.

Tabla 23.

Factor Tecnológico en Francia



Francia es en el borde frontal en muchas áreas de tecnología. La industria de la electrónica francesa siempre ha sido un avance importante. Las áreas son la telemática de telecomunicaciones más avanzadas con el Minitel , una red informática francesa antes de la Internet , incluyendo la robótica y la banca electrónica con la tarjeta bancaria o teléfono inteligente.(Buenas tareas, 2013)

Fuente: (Lechevalier, 2019)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En Francia la tasa de uso de Internet es asombrosa en Francia. Sin embargo, competir con Londres para llamar la atención de las empresas emergentes, los capitalistas de riesgo y algunos de los nombres más importantes de Silicon Valley es un gran desafío continuo para París. Asimismo, la escasez de ingenieros informáticos también es un desafío.

Tabla 24.

Factor Tecnológico en Alemania



La tecnología alemana es una de las más afamadas del mundo y es difícil saber hasta qué tiempos se remonta este prestigio; pues incluso existe literatura medieval que da cuenta de la creatividad y laboriosidad alemanas en la fabricación de ingenios de la época. (20casas,2013)

Fuente: (Fukuda, 2020)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En base a los criterios establecidos como los políticos, legales, económicos, sociales y tecnológicos se procedió a construir el Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM). El cual sirve como herramienta para seleccionar a un país que se desee exportar. En este sentido, para seleccionar cual es el país idóneo para exportar los productos lácteos de la empresa Johnny se utilizaron los siguientes criterios de valoración (tabla 25).

Tabla 25.

Valoración POAM

Oportunidades	Alta	3
	Media	2
	Baja	1
Amenazas	Alta	3
	Media	2
	Baja	1

Elaborado por: Escarli Villarreal

A partir de los criterios de valoración se procedió a calcular los valores del POAM:

3.6 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM).

Tabla 26.

Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)

Factores	Italia				Francia				Alemania			
	Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	PTS	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts
Factores políticos	Media	3			Media	3			Alta	3		
Gobierno	Alta	3			Alta	3			Alta	3		
Acuerdos comerciales	Alta	3			Media	3			Alta	3		
Política commercial	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	3	Promedio	0
Factores legales	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS
Barreras arancelarias y no arancelarias			Media	2			Media	2			Media	2
	Promedio	0	Promedio	2	Promedio	0	Promedio	2	Promedio	0	Promedio	2
Factores económicos	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS
Producto interno bruto	Media	2			Media	2			Alta	3		
Balanza commercial	Alta	3			Media	3			Alta	2		
	Suma	9	Suma	0	Suma	9	Suma	0	Suma	11	Suma	0
	Promedio	2,25	Promedio	0	Promedio	2,25	Promedio	0	Promedio	2,75	Promedio	0
Factores sociales	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS
Tamaño de la población	Media	1			Alta	2			Alta	3		
	Suma	1	Suma	3	Suma	2	Suma	2	Suma	3	Suma	2
	Promedio	1	Promedio	3	Promedio	2	Promedio	2	Promedio	3	Promedio	2
Factores tecnológicos	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS	Nivel	PTS
Tecnología			Media	2			Media	2			Alta	3
	Suma	0	Suma	2	Suma	0	Suma	2	Suma	0	Suma	3
	Promedio	0	Promedio	2	Promedio	0	Promedio	2	Promedio	0	Promedio	3

Fuente: (Fukuda, 2020)

Elaborado por: Escarli Villarreal

Tabla 27.

Resumen del Oportunidades y amenazas del medio (POAM).

Factores	Italia		Francia		Alemania	
	Oportunidad	Amenazas	Oportunidad	Amenazas	Oportunidad	Amenazas
Factores políticos	3,00	0,00	3,00	0,00	3,00	0,00
Factores económicos	2,25	0,00	2,25	0,00	2,75	0,00
Factores legales	0,00	2,00	0,00	2,00	0,00	2,00
Factores sociales	1,00	3,00	2,00	2,00	3,00	2,00
Factores tecnológicos	0,00	2,00	0,00	2,00	0,00	3,00
Suma	6,25	7,00	7,25	6,00	8,75	7,00
Promedio	1,25	1,40	1,45	1,20	1,75	1,40
Oportunidad – amenaza	-0,15		0,25		0,35	

Fuente: (Fukuda, 2020)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En la tabla 27 se presenta el resumen del POAM donde se observa que Alemania es el país seleccionado para exportar el queso fresco. Puesto que en promedio se observa que las oportunidades son superiores a las amenazas de ingresar en este mercado teniendo un valor de 0,35, siendo este superior a lo observado por Italia y Francia.

3.7 ANÁLISIS SITUACIONAL ECUADOR

Figura 5.

Mapa de Ecuador



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Escarli Villarreal

3.7.1 Factor político

Según la Ley Orgánica de Salud Art. 132 coloca y dispone que: los trabajos de vigilancia y control sanitario contienen las de control de calidad, inocuidad y seguridad de productos procesados de utilización y consumo, así como también verificar y controlar del cumplir con las exigencias técnicas y salubres para empresas que se dedican al procesamiento de productos, acopio, repartimiento, mercantilización, importación y exportación.

3.7.2 Factor económico

Tabla 28.

Factores socioeconómicos del Ecuador

Indicador	Índice
País	Ecuador
Capital	Quito
Población	17.510.64
PIB	\$98.808.01
PIB Per cápita	\$5.642,74
Crecimiento del PIB	9%
Inflación	-0,08%
Tasa de crecimiento poblacional	1,41%
Salario básico unificado	\$400,00
Tasa de desempleo	6,23%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

3.7.3 Balanza comercial ecuador

En la tabla 28 y el gráfico 6 se presenta la balanza comercial del Ecuador, donde se observa que el saldo comercial pasó del 2016 de \$608 millones de dólares a aumentar su cifra en el 2020.

Tabla 29.

Factores socioeconómicos del Ecuador

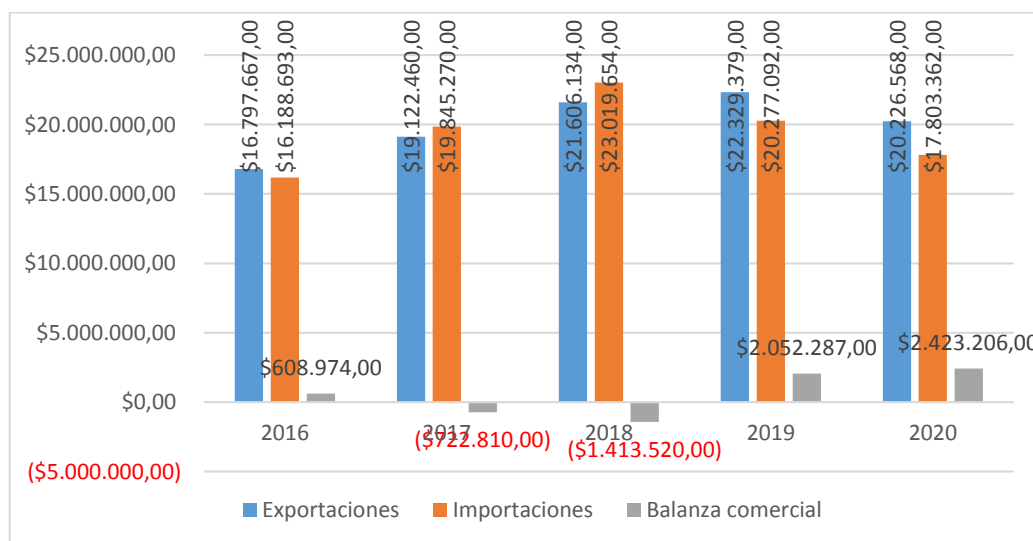
	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	\$16.797.667	\$19.122.460	\$21.606.134	\$22.329.379	\$20.226.568
Importaciones	\$16.188.693	\$19.845.270	\$23.019.654	\$20.277.092	\$17.803.362
Balanza commercial	\$608.974	-\$722.810	-\$1.413.520	\$2.052.287	\$2.423.206

Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Autora

Figura 6.

Balanza comercial Ecuador



Fuente: Trade map, (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

3.7.4 Factor social

Situación actual del Ecuador sobre la certificación de lácteos

La ganadería en Ecuador se ha formado mediante varios sistemas de producción determinando los factores ambientales, culturales, económicos y tecnológicos de los cuales disponemos. En la actualidad las explotaciones lecheras buscan incrementar la creatividad del hato mediante tecnologías que permitan reducir los costos de producción, utilizando estrategias que permitan conseguir una nutrición eficaz y balanceada, que cumpla con los requisitos de los animales. (Salgado, 2017, p.54)

Ecuador produce una gran cantidad de ganado y leche, pero cada uno está mal administrado. Como resultado, los agricultores alimentan a los animales con hervor, sal y una dieta equilibrada para ayudar a producir leche de alta calidad. Todos muestran que la contaminación comienza con la extracción de la leche. Como los agricultores de la Sierra suelen ordeñar manualmente, millones de microbios están comenzando a contaminar la leche.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), ha realizado capacitaciones a los campesinos con el fin de que obtengan certificaciones como la ISO:9001 o la de Buenas Prácticas de Manufactura para que mejoren sus estándares de calidad, al producir sus productos lácteos (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2015).

Queso Fresco

La norma INEN 1528 enfatiza que está diseñada solo para quesos frescos, por lo que, si una empresa láctea quiere hacer otro queso, tendrán que optar por otra normativa, ya que en ella indica los requerimientos para su producción.

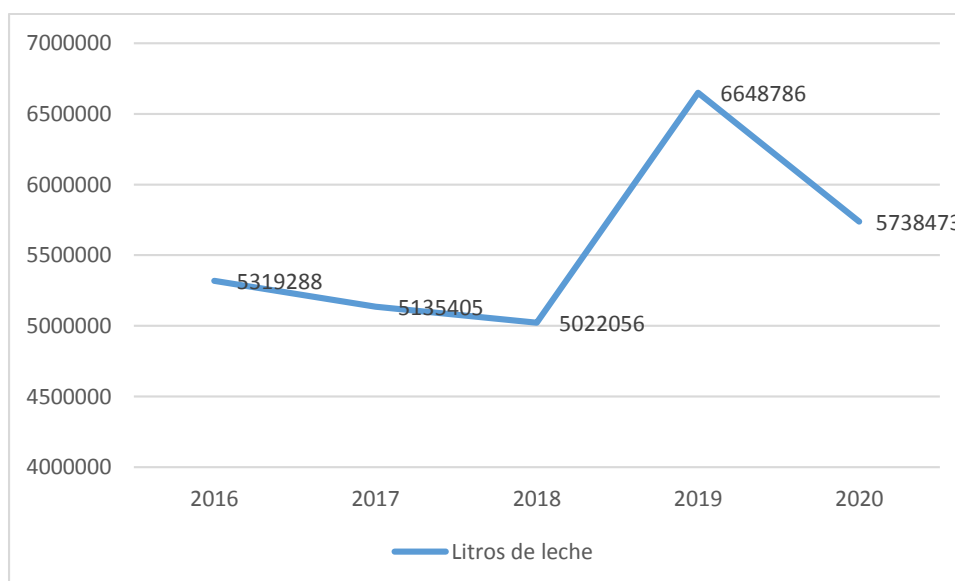
Los quesos frescos no maduro generalmente contienen una variedad de proteínas ricas en vitaminas, minerales y calcio. Conocido en formas blandas, semiduras o duras porque es queso pasteurizado o crudo, suero proporcionado por la fábrica y paquete cubierto (INEN, 2012).

Producción de leche

En Ecuador durante el periodo 2016 al 2020, los resultados sugieren que la tendencia ha sido creciente pasando de 5.31 millones de litros en el 2016 al 2020 con un valor de 5.74 millones de litros de leche a una razón del 8%.

Figura 7.

Producción de litros de leche



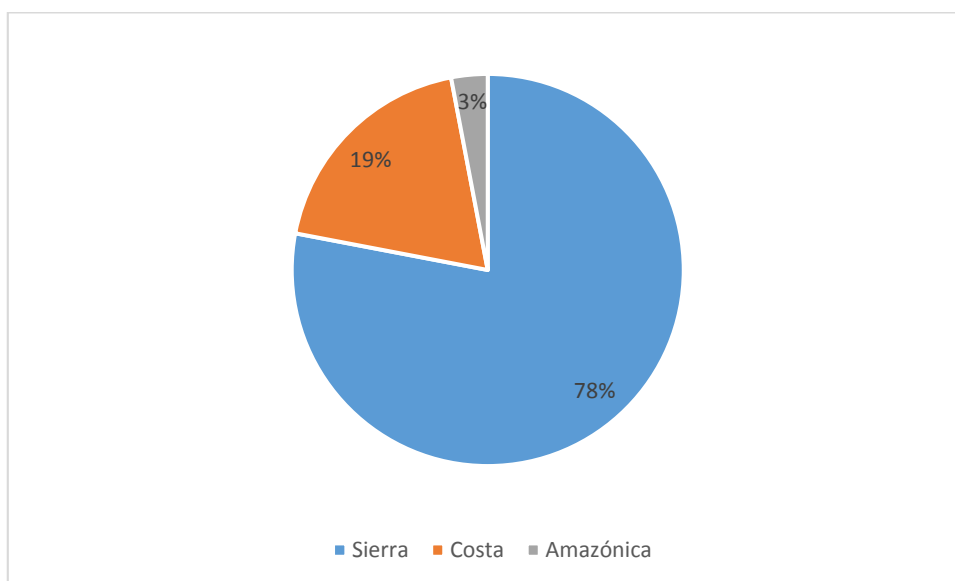
Fuente: INEC (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

El gráfico 8 muestra que las principales regiones donde se produce la leche son la región Sierra con el 78% luego la costa con el 19% y en último lugar está la Amazonía con el 3% restante.

Figura 8.

Principales regiones productoras de leche



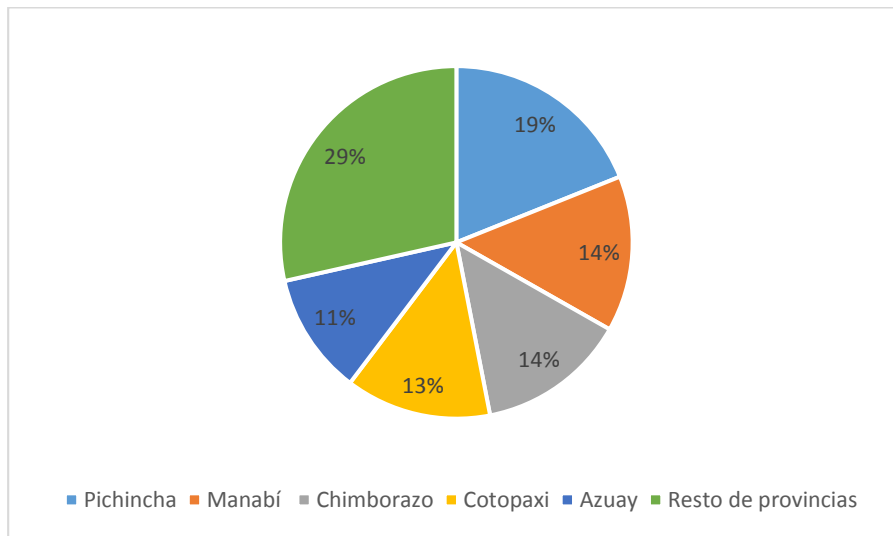
Fuente: INEC (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

Por otra parte, el gráfico 9 presenta las principales provincias productoras de leche siendo Pichincha la que lidera con 19% del total de la producción de leche, seguido por Manabí con el 14%, después se encuentra Chimborazo con el 14% en tercer lugar, en cuarto lugar, se ubica Cotopaxi con el 13% de participación, en quinto lugar, esta Azuay con el 11% y finalmente, el resto de provincias abarcan el 29% de la producción de leche del Ecuador.

Figura 9.

Principales provincias productoras de leche



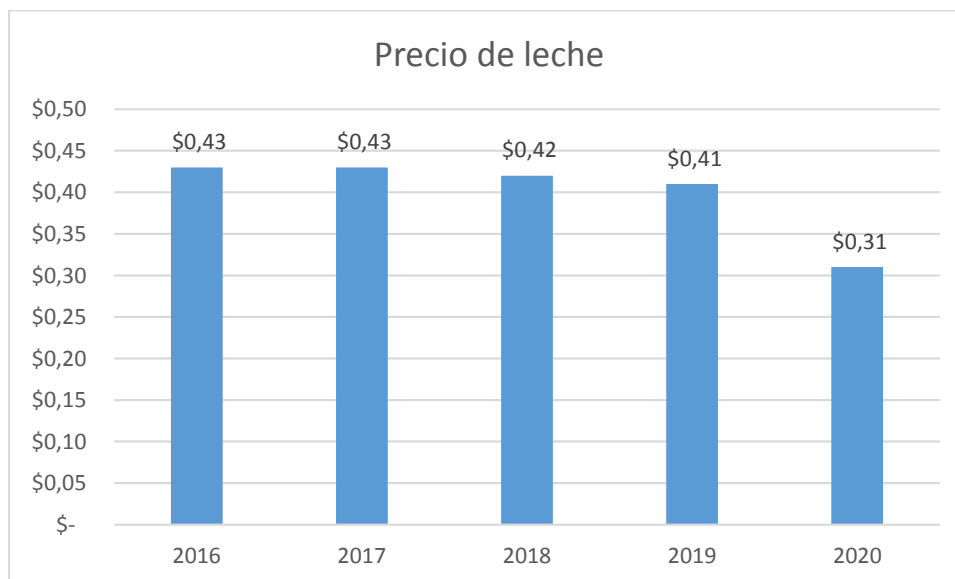
Fuente: INEC (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En el gráfico se observa una tendencia decreciente de este rubro pasando de 43 centavos por litro en el 2016, al llegar al 2020 con un precio de 31 centavos por litro, es decir, un 28% menos que el 2016.

Figura 10.

Evolución precio de la leche



Fuente: INEC (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

3.7.5 Factor tecnológico

Las empresas lácteas ecuatorianas manejan maquinaria de europea y en algunos casos de Suiza. Debido al mantenimiento que implica, la máquina se puede utilizar durante mucho tiempo. La producción ganadera en Ecuador se denominó a gran escala.

3.8 ANÁLISIS DEL MERCADO ALEMANIA

3.8.1 Población

Comparte fronteras marítimas con Suecia y el Reino Unido. Posee un área de 357.022 km² convierte a Alemania en el séptimo país más grande de Europa, en comparación; tiene aproximadamente dos tercios del tamaño de Francia. El país tiene una población de 83,2 millones de personas (INEC, 2021).

3.8.2 Gustos y Preferencias

La leche convencional de larga duración es el producto lácteo más popular en Alemania, donde la mayoría de la población consume al menos un litro por semana. La leche de larga duración es más popular en Sajonia-Anhalt, mientras que hasta el 67% usa leche de larga duración, según una encuesta reciente entre 2.000 alemanes realizada por el instituto de investigación de mercado YouGov para la lechería Weihenstephan.

Los alemanes también son unánimes en cuanto al gusto. Ya sea leche de larga duración o leche fresca, para aproximadamente el 90% de los consumidores de leche en Alemania el sabor es muy importante. Esto hace que el gusto sea el criterio más importante para comprar una determinada marca de leche.

3.9 PRODUCTO

3.9.1 Partida arancelaria del queso fresco

Tabla 30.

Partida Arancelaria

SECCIÓN 1	Animales vivos y productos del reino animal
CAPÍTULO 4	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte.
PARTIDA 04.06	Quesos y requesón.
SUBPARTIDA 0406.10.00.00	Queso fresco (sin madurar), incluido el del lactosuero, y requesón.

Fuente: Aduanet (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

3.9.2 Características del producto

Tabla 31.

Ficha Técnica “Queso Fresco”

Indicador	Detalle
Nombre Común	Queso
Nombre Específico	Queso fresco (sin madurar)
Nombre del Producto elaborado	Queso fresco
Descripción	Producto lácteo
Ingredientes	Leche, sal.
Características	TEXTURA: sólido blando OLOR: característico del producto. SABOR: característico del producto. COLOR: blanco.

Empaque y Presentación



Empaquetada en plástico, con el nombre de la empresa de productos lácteos Jhonny.

Vida Útil

30 días

Fuente: Empresa Jhonny

Elaborado por: Escarli Villarreal

IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS

4.1.1. Certificaciones internacionales para productos lácteos

Los productos que oferta la empresa Johnny como el queso fresco, requesón y el yogurt, entran en la categoría de lácteos y para que estos productos ingresen a mercados extranjeros es necesario las siguientes certificaciones:

- Buenas Prácticas de Manufactura
- ISO 9001

4.1.1.1 Buenas Prácticas de Manufactura

Conjunto de medidas preventivas y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan así los riesgos potenciales o peligros para su inocuidad. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2015, p.4)

4.1.1.1. ISO 9001

La **ISO 9001** es una **norma de calidad** que establece una serie de requisitos que una empresa debe cumplir para garantizar la calidad del producto o servicio en su organización. No importa lo complejo que resulte el sector o el tamaño de la empresa, ya que en todos los casos se puede certificar. (IsoTools, 2021, párr.1).

Lo básico para obtener una certificación ISO 9001 es asumir los costes de los **organismos de certificación**, que se encargarán de aprobar que la empresa cumple con la **norma ISO 9001** y los estándares de calidad que esta establece. En general, estos costes parten de los 800 dólares en adelante, por lo que ya tenemos un punto de partida para saber cuánto cuesta certificarse en ISO 9001. (IsoTools, 2021, párr.2).

Los principios de calidad establecidos en la ISO 9001 son: Enfoque al cliente, Liderazgo, Participación del personal, Enfoque basado en procesos, Enfoque de sistema para la gestión, Mejora continua, Enfoque basado en hechos para la toma de decisión, Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor (IsoTools, 2021).

La importancia de la calidad en las empresas Mediante las normas ISO, se obtiene una orientación acorde a las exigencias del mercado. Tener criterios preestablecidos para la ejecución de proyectos o actividades propicia la coordinación y simplificación. Como resultado, la efectividad va en aumento. El posicionamiento y reconocimiento mejoran continuamente. Cada vez más empresas adoptan las normas ISO, para seguir los parámetros de calidad que apuestan por el éxito y un buen funcionamiento (IsoTools, 2021).

4.1.1.2 Estudio Económico y Financiero

En el presente apartado se presentan los costos en que debe incurrir la empresa para la aplicar certificaciones internacionales, para obtener el costo final del producto en el mercado internacional. Para esto se detallan los costos de producción del queso, los costos añadidos por certificaciones, y los costos de exportación, con el fin de conocer si es rentable la exportación hacia Alemania.

4.1.1.2.1. Inversión inicial

La siguiente Tabla muestra las inversiones que se deben realizar para el alcance de las certificaciones. La misma cuenta con unidad de adquisición y valor en dólares.

Tabla 32.

Inversión inicial

Inversiones	Unidad	cantidad	Valor unitario	Total	Periodo
Escritorio	unidad	1	30	30	año 0
Software de control para la producción	licencia	1	1.500	1.500	Cada año
Estanterías para refrigeración	unidad	3	90	270	año 0
Archivador	unidad	2	50	100	año 0
Equipo de oficina	unidad	1	350	350	año 0
BPM	unidad	1	1.000	1.000	5 años
ISO 9001	unidad	1	800	800	3 años
TOTAL PRESUPUESTO ANUAL				4.050	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Escarli Villarreal

Se requiere de 4.050,00 dólares para la puesta en marcha de la mejora en los procesos productivos y alcanzar las certificaciones internacionales. Dado el bajo valor de la inversión no se requiere de préstamo bancario.

4.1.1.2.2. Capital

La inversión de 4.050,00 dólares puede obtenerse completamente de los ingresos por venta de queso, dado que los ingresos superan esa cantidad. Estos se convierten en el capital.

4.1.1.2.3. Personal para el proyecto

La mejora en las operaciones para alcanzar la certificación considera tres cargos, con funciones referentes al mantenimiento de la calidad en el proceso de producción, además de realizar los seguimientos y análisis al queso para el cumplimiento de las cantidades mínimas de contaminantes, residuos y aditivos.

Tabla 33.

Distribución de obligación sobre sueldo

Puesto	Sueldo	Proporcional mensual			
		Décimo tercero	Décimo cuarto	IESS patronal (11,15%)	IESS personal (9,45%)
Analista químico	250	21	21	28	24
Control de producción	300	25	25	33	28
Producción	300	25	25	33	28

Fuente: Investigación

Elaborado por: Escarli Villarreal

En la Tabla 33 se expone el valor correspondiente a décimo tercer y cuarto sueldo, además de aporte al IESS personal y patronal de 11,15% y 9,45% respectivamente, generando el valor líquido. Es necesario calcular el egreso anual.

Remuneración anual

Para la proyección de los sueldos se empleó la tasa de incremento de sueldo, La tasa se calcula dividiendo la cantidad que se aumentó al sueldo anterior y eso multiplicando por 100 para obtener el porcentaje, siendo el valor de 1,80%.

Tabla 34.*Egresos por remuneraciones anual*

Nómina	No	Líquido	Total	2022	2023	2024	2025	2026
Analista químico	1	226	320	3835	3904	3974	4045	4118
Control de producción	1	272	383	4601	4684	4769	4854	4942
Producción	3	272	383	13804	14053	14306	14563	14825

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Escarli Villarreal**4.1.1.5.3. Depreciación**

La depreciación es la disminución del valor de los activos, esto en función del paso del tiempo. La misma se calcula en lapso de 10 años para muebles, enseres, equipos de oficina, vehículos, entre otros.

Tabla 35.*Depreciación*

Activos	Valor	% de depreciación	2022	2023	2024	2025	2026
Muebles y enseres	400	10%	40	40	40	40	40
Equipo de oficina	350	10%	35	35	35	35	35
		Total anual	75	75	75	75	75

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Escarli Villarreal**4.1.1.2.4. Costo del producto**

Los costos de producción consideran los costos de materia prima, insumos, mano de obra, impuestos, servicios públicos, seguros, servicio de internet, gastos administrativos, transporte, envases y embalajes, costo de distribución, entre otros, mismos que se detallan a continuación:

Costos de producción

La siguiente Tabla expone los valores para un año de operación, cabe destacar que estos costos son los necesarios para la producción. Entre los costos reales se enlistan la materia prima, químicos, mano de obra, costos varios, transporte y agua, necesarios para la producción del queso. La proyección de los costos se ha realizado en base a la tasa de inflación promedio de los últimos cinco años, equivalente a 0,024% %, exceptuando la mano de obra que obedece a la tasa de incremento de sueldo de 1,80%.

Tabla 36.

Costos de producción

Costos de producción	2022	2023	2024	2025	2026
Materia Prima (leche)	12.000	12.003	12.006	12.009	12.012
Insumos	730	730	730	731	731
Mano de obra (producción)	13.804	13.808	13.811	13.814	13.817
Transporte	1.250	1.250	1.251	1.251	1.251
TOTAL	27.784	27.791	27.798	27.804	27.811

Fuente: Investigación

Elaborado por: Escarli Villarreal

Costos de administración

En los costos de administración entre están los sueldos, donde se ubica al gerente y los dos especialistas contratados encargados de mejorar la calidad del proceso de producción y el análisis químico de los productos para constatar si cumplen con la normativa de la Unión Europea para la exportación. A esto se suman los costos de servicios básicos, suministros de oficina y limpieza, internet y teléfono y depreciación. Para los costos se empleó la tasa de inflación promedio, en el caso de los sueldos se empleó la tasa promedio de crecimiento del sueldo y para la depreciación no se empleó tasa, ya que es la misma para todos los años.

Tabla 37.*Costos de administración*

Costos de administración	2022	2023	2024	2025	2026
Sueldos (analista químico, control de producción)	8436	8588	8742	8900	9060
Servicios básicos	480	480	480	480	480
Suministros de oficina	200	200	200	200	200
Suministros de limpieza	200	200	200	200	200
Internet y teléfono	300	300	300	300	300
Depreciación	75	75	75	75	75
TOTAL	9691	9843	9998	10156	10316

Fuente: Investigación

Elaborado por: Escarli Villarreal

Los costos se proyectaron considerando el promedio de inflación de los últimos cinco años equivalente a 0,024% y los sueldos se proyectaron con la tasa de 1,80% correspondiente al promedio del crecimiento de sueldos de los últimos cinco años.

4.1.1.2.5. Costos por exportación

Para determinar los gastos de exportación se detalla el proceso individual de costes de envío del producto hacia el extranjero, esto incurre en manos de la empresa para enviar el producto en las mejores condiciones. Los gastos se han proyectado empleando el promedio de la tasa de inflación de los últimos 5 años, correspondiente a 0,024%.

Entre los valores enlistados están la documentación necesaria para la exportación de queso hacia Alemania, el precio del flete internacional mismo que se ha calculado uno por mes, en función de la competitividad elevada del sector lácteo en el país de destino, cada flete equivale a un costo de 650. Para incrementar la rentabilidad del flete se debe enviar la mayor cantidad de queso. Finalmente, se encuentra el seguro internacional para garantizar el estado de la carga, en caso de cualquier emergencia.

Tabla 38.*Costos por exportación*

Concepto	Cantidad	2022	2023	2024	2025	2026
Documentación	1	1800	1800	1801	1801	1802
Flete internacional	1	7800	7802	7804	7806	7807
Seguro internacional	1	580	580	580	580	581
Total			10180	10182	10185	10187

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Escarli Villarreal

Los costos por exportación se pagan de forma cronológica en dependencia del trabajo y número de ventas concretadas al año. Se toma en cuenta las condiciones del lugar de destino del producto en cuestión, como también los costes de transporte y manufacturas puntuales.

4.1.1.2.6. Ingresos

Los ingresos que percibe la empresa Jhonny son principalmente por la venta de queso, estos se proyectaron considerando la tasa de crecimiento poblacional promedio de los últimos cinco años equivalente a 1,66% anual.

Tabla 39.*Ingresos*

Producto	2022	2023	2024	2025	2026
Queso fresco	48000	48797	49607	50430	51267

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Escarli Villarreal**4.1.1.2.7. Balance general**

El balance general no muestra pasivos, dado que no se requirió del pedido de un préstamo.

Tabla 40.*Balance general*

Balance General			
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS CORTO PLAZO	
Muebles y enseres	1.900	Deudas <1 año	0
	350		
Equipo de oficina		Total, Pasivos Corto Plazo	0
Total, Activos fijos	2.250	Total, Pasivos	0
ACTIVOS DIFERIDOS		Patrimonio	
Certificaciones	1.800	Capital social (inversión)	4.050
Total, activos diferidos	1.800		
Total, activos	4.050	Total, pasivo + patrimonio	4.050

Fuente: Investigación

Elaborado por: Escarli Villarreal

4.1.1.2.8. Estado de resultados**Tabla 41.***Estado de resultados*

Detalle	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas					
Venta de queso	48.000	48.797	49.607	50.430	51.267
Total Ventas	48.000	48.797	49.607	50.430	51.267
Costo de ventas					
Materia Prima (leche)	12.000	12.003	12.006	12.009	12.012
Insumos	730	730	730	731	731
Mano de obra (producción)	13.804	13.808	13.811	13.814	13.817
Transporte	1.250	1.250	1.251	1.251	1.251
Total Costo de ventas	27.784	27.791	27.798	27.804	27.811
Utilidad bruta en ventas	20.216	21.006	21.809	22.626	23.457
Gastos administrativos					
Sueldos (analista químico, control de producción)	8.436	8.588	8.742	8.900	9.060
Servicios básicos	480	480	480	480	480
Suministros de oficina	200	200	200	200	200
Suministros de limpieza	200	200	200	200	200
Internet y teléfono	300	300	300	300	300
Depreciación	75	75	75	75	75
Total Gastos administrativos	9.691	9.843	9.998	10.156	10.316
Gastos de exportación					
Documentación					
BPM	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

ISO 9001	800	800	800	800	800
Flete internacional	7.800	7.802	7.804	7.806	7.807
Seguro internacional	580	580	580	580	581
Total Gastos de exportación	10.180	10.182	10.184	10.186	10.188
Utilidad operacional	345	981	1.627	2.285	2.952
15% participación empleados	52	147	244	343	443
Utilidad pre impuesto	293	834	1.383	1.942	2.510
10% Impuesto a la renta	29	83	138	194	251
Utilidad neta	264	750	1.245	1.748	2.259

Fuente: Investigación

Elaborado por: Escarli Villarreal

4.1.1.2.9. Indicadores financieros

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

El proyecto de mejora se realizará con el aporte de la empresa, dado que el flujo de efectivo es positivo. Para el cálculo se empleó la tasa referencial (Re) establecida por la empresa Jhonny como un costo de oportunidad, correspondiente a 10%. Asimismo, la tasa de inflación (i) es de 1,94% para el 2021 (Instituto Nacional de Estadística Y Censos, 2021).

$$TMAR = (1 + Re)(1 + i) - 1$$

$$TMAR = (1 + 0,10)(1 + 0,0194) - 1$$

$$TMAR = 12\%$$

Valor Actual Neto (VAN)

Este valor corresponde a la actualización de las sumas de sobro, pago, e inversión.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este valor representa el porcentaje de beneficio o pérdida que se obtiene con la inversión.

Tabla 42.

Indicadores financieros

Flujo de proyecto	año 0	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos por ventas			48.000	48.797	49.607	50.430
Egresos operativos			47.655	47.816	47.980	48.147

Inversión	-4050					
Flujo de proyecto	-4050	264	750	1.245	1.748	2.259
Tasa referencial departamento de contabilidad	12,00%					
VAN	\$62					
TIR	12%					

Fuente: Investigación

Elaborado por: Escarli Villarreal

Los valores del VAN y TIR se muestran bajos, siendo 62 dólares y 12% sus valores respectivos, por ende, el proyecto es muy poco rentable y no se acepta.

4.1.2. Precio del queso puesto en mercado alemán

El precio de venta al público del queso de la empresa Jhonny es de 2,50 dólares. Este precio se aumenta al colocarlo en mercado alemán, dado el precio de las certificaciones ISO 9001 que conlleva un costo de 800 dólares y BPM con 1000 dólares, si bien las certificaciones tienen una duración de 3 años y 5 años respectivamente, el costo se debe afrontar el primer año. A esto se suman los costos de flete internacional, seguro internacional y documentación necesaria para la exportación. Esto incrementa el precio del queso hasta 3,82 dólares aproximadamente 4 dólares, el cual puede variar acorde al precio de materia prima, mano de obra y costos internacionales.

Tabla 43.

Costo de Queso en Ecuador

Costo De Queso En Ecuador						
Queso		Valores lote			Valor porción	
Materia	Unidad	Cantidad	Costo	Costo	Cantidad	Costo/ porción
Leche	Litros	400,00	120,00 \$	0,30 \$	4,00	1,20 \$
Cuajo	Litros	66,0	1,3 \$	0,02 \$	0,66	0,01 \$
Sal	kilos	4,0	3,0 \$	0,75 \$	0,04	0,03 \$
Empaque	Unidad	100,0	3,0 \$	0,03 \$	1,00	0,03 \$
Mano de obra						0,60 \$
Distribución						0,15 \$
Servicios básicos						0,15 \$
			Total costo por queso			2,17 \$
			total de costo + 15% de ganancia =PVP			2,50 \$

Fuente: Investigación

Elaborado por: Escarli Villarreal

Tabla 44.*Costo de queso en Alemania*

Costo De Queso En Alemania						
Queso		Valores por lote Base			Valores por porción	
Materia	Unidad	Cantidad	Costo	Costo	Cantidad	Costo
Leche	Litros	400,00	120,00 \$	0,30 \$	4,00	1,20 \$
Cuajo	Litros	66,0	1,3 \$	0,02 \$	0,66	0,01 \$
Sal	kilos	4,0	3,0 \$	0,75 \$	0,04	0,03 \$
Empaque	Unidad	100,0	3,0 \$	0,03 \$	1,00	0,03 \$
			127 \$	1,1 \$		1,27 \$
Mano de obra						0,60 \$
Distribución						0,15 \$
Servicios básicos						0,15 \$
Costos de exportación (documentación, flete y seguro internacional)						1,15 \$
						3,32 \$
						3,82 \$
						total de costo + 15% de ganancia =PVP

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Escarli Villarreal

Este precio no es competitivo con los precios de quesos alemanes, por ende, no es viable la exportación del producto, en su estado natural. Es decir, que se requiere de un valor agregado al producto para potencializar su comercialización, algunas estrategias para la mejora puede ser la adición de ingredientes propios de la región, así como el enriquecimiento con nutrientes enfocados en el consumidor alemán.

Precios lácteos Ecuador**Tabla 45.***Precio de lácteos en Ecuador*

Producto	Precio
Leche semidescremada 900ml	0,85
Leche descremada 1 litro	1,35
Leche entera 1 litro	1,19
Leche deslactosada 1litro	1,30
Leche evaporada 500 ml	0,75
Leche en polvo	1,25
Yogurt 1 litro	2,50
Queso fresco 450 gramos	2,75
Queso mozzarella 500 gramos	3,20
Queso crema 250 gramos	3,00

Fuente: Tía, (2021)**Elaborado por:** Escarli Villarreal

Precios lácteos Alemania

Tabla 46.

Precio de lácteos en Alemania

Producto	Precio
Leche semidescremada 900ml	0,70
Leche descremada 1 litro	1,40
Leche entera 1 litro	1,50
Leche deslactosada 1litro	1,25
Leche evaporada 500 ml	0,60
Leche en polvo	1,00
Yogurt 1 litro	2,00
Queso fresco 450 gramos	1,75
Queso mozzarella 500 gramos	2,75
Queso crema 250 gramos	3,20

Fuente: El campo, (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

Como se observa los precios de los productos lácteos en el mercado alemán son más bajos que los de Ecuador, esto se debe a la elevada competencia y el tamaño del sector lácteo. Por ello, no es rentable competir con precios superiores sin añadir un valor o agente diferenciador al producto.

4.1.3. Empresas certificadoras en Ecuador

ISO 9001

La certificación ISO 9001 tiene un costo aproximado de 800 dólares con una duración de 3 años. Las empresas que la emiten son reguladas por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE), por ello se ha elegido a la empresa SETE S.A., misma que está acreditada por el SAE para la emisión de ISO 9001 y se elige por su sistema de capacitación.

Tabla 47.

Empresas que emiten certificado de ISO 9001

Empresa	Alcance
BUREAU VERITAS ECUADOR S.A.	ISO 9001
CALIDAD INTERNACIONAL DE CERTIFICACIONES CICAYBECE S.A	ISO 9001
COTECNA CERTIFICADORA SERVICES LIMITADA	ISO 9001
INCONTEC INTERNATIONAL S.A	ISO 9001
S.G.S. DEL ECUADOR S.A	ISO 9001
SETE S.A.	ISO 9001

Fuente: Koneggi, (2010)

Elaborado por: Escarli Villarreal

Requisitos

- Contexto de la organización: comprensión del contexto interno y externo, necesidades y expectativas de las partes interesadas, el alcance del sistema de gestión, y el sistema de gestión de la calidad y sus procesos.
- Liderazgo: Generalidades del liderazgo de la Dirección, la Política de Calidad, la distribución de funciones y responsabilidades dentro del Sistema de Gestión.
- Planificación: Acciones para abordar los Riesgos y Oportunidades, los Objetivos del Sistema de Gestión y las Acciones para alcanzarlos, La gestión de los Cambios.
- Apoyo: La gestión de los recursos: personas, infraestructura, ambiente de trabajo, recursos de seguimiento y medición, la gestión del conocimiento; la competencia de los empleados, la toma de conciencia del personal, la comunicación interna y externa, la gestión de la información documentada.
- Operación: La planificación y control operacional, los requisitos de los clientes, el diseño de nuevos productos, los productos comprados y servicios subcontratados, control de la producción, la trazabilidad, la propiedad de los clientes, la preservación de los productos, el servicio postventa, la liberalización de los productos y la gestión de los productos no conformes.
- Evaluación del desempeño: el seguimiento y medición del sistema de gestión, la satisfacción de los clientes, las auditorías internas, y la revisión del Sistema de Gestión por la Dirección.
- Mejora: La aplicación de la mejora continua dentro de la organización, la gestión de las no conformidades y la aplicación de acciones correctivas.

ISO Seguridad Alimentaria 22000

La ISO Seguridad Alimentaria 22000 constituye una eficaz herramienta para la gestión de la inocuidad de los alimentos por parte de todo tipo de organizaciones de la cadena alimentaria y todas las certificaciones de los principales esquemas privado.

Tabla 48. Empresas que emiten certificado de ISO 22000

Empresas que emiten certificado de ISO 22000

Empresa	Alcance
AENOR	ISO 22000
Granotec	ISO 22000
C.I.C.	ISO 22000
I.I.C	ISO 22000
GLOBAL STD	ISO 22000
INCOTEC S. A	ISO 22000

Fuente: Koneggui, (2010)

Elaborado por: Escarli Villarreal

La empresa AENOR debido a sus servicios de capacitación en otras certificaciones como ISO ambiental e ISO de laboratorio, es un complemento ideal.

Requisitos

- Mantener un sistema documentado conforme a la norma.
- Definir el alcance de tu certificación.
- Mantener evidencias de la implementación del sistema, se recomienda cuando menos 3 meses. Con documentos como: registros relacionados con el control de documentos, control de registros, acciones correctivas, administración de productos no conformes, auditorías internas, revisiones por la dirección, entre otros.
- Tener auditores internos con la competencia para desarrollar auditorías en ISO 22000.
- Mantener una política de seguridad alimentaria, además de comunicación y concientización en la organización, así como la definición de objetivos relacionados con la inocuidad del producto (Woller, Thierry, 2016).

ISO de sistema de gestión de calidad para laboratorios 17025

Tabla 49.

Empresas que emiten certificado de ISO 17205

Empresa	Alcance
AENOR	ISO 17025
Grupo ACM	ISO 17025
Petrobell S.A.	ISO 17025
Grantmining S.A.	ISO 17025
Innovatec	ISO 17025
Tecnoescala S.A:	ISO 17025

Fuente: Koneggi, (2010)

Elaborado por: Escarli Villarreal

La empresa AENOR otorga la certificación, licenciamiento de laboratorio, capacitaciones, cursos de sistemas de gestión de calidad y ambiental, cursos para elaboración de indicadores y calidad en laboratorio.

Requisitos

- Debe cumplir con los requisitos legales.
- Debe realizar sus actividades de ensayo y calibración, de acuerdo a esta norma internacional.
- Abarca la gestión del laboratorio en todo tipo de instalaciones en las que desarrolle sus servicios.
- Deben identificarse las responsabilidades del personal clave, para evitar conflictos, especialmente cuando el laboratorio pertenezca a una organización cuyas principales actividades sean diferentes al ensayo y calibración, es decir cuando el laboratorio es una actividad de apoyo al seguimiento y medición de los procesos e la empresa.
- Se debe disponer del personal directivo y técnico competente para desempeñar sus funciones y responsabilidades frente al sistema de calidad.
- Disponer de políticas y procedimientos.
- Especial atención a la protección de datos y confidencialidad.
- Designación de un responsable de calidad
- El laboratorio debe contar con un Sistema de Calidad correctamente implantado apropiado a sus actividades.

- Debe contar con política, procedimientos, programas e instrucciones documentadas para garantizar el adecuado cumplimiento de los requisitos de calidad.
- Debe existir un manual de calidad.
- Es fundamental el compromiso de la dirección con las buenas prácticas profesionales.
- Deben establecerse objetivos de calidad.
- Implicación de todo el personal con el sistema de gestión implantado (Woller, Thierry, 2016).

ISO sistema de gestión ambiental 14001

Tabla 50.

Empresas que emiten certificado de ISO 14001

Empresa	Alcance
AENOR	ISO 14001
ISOCALIDAD	ISO 14001
Petrobell S.A.	ISO 14001
INCOTEC S. A	ISO 14001

Fuente: Konegui, (2010)

Elaborado por: Escarli Villarreal

La implantación de un Sistema de Gestión Ambiental según la norma internacional ISO 14001, posiciona a la empresa como socialmente responsable, diferenciándose de la competencia y reforzando, de manera positiva, su imagen ante clientes y consumidores. Entre otras ventajas ambientales, optimizará la gestión de recursos y residuos, reducirá los impactos ambientales negativos derivados de su actividad o aquellos riesgos asociados a situaciones accidentales.

Requisitos

- Conseguir el apoyo por la dirección
- Identificar requisitos legales
- Definir el alcance del Sistema de Gestión Ambiental
- Definir los procesos y procedimientos del Sistema de Gestión Ambiental
- Implantar los procesos y procedimientos del Sistema de Gestión Ambiental
- Realizar formación y sensibilización
- Seleccionar una entidad certificadora

- Operar el Sistema de Gestión Ambiental, medir y mantener registros
- Realizar auditorías internas
- Realizar la revisión por dirección
- Implementar acciones correctivas (Woller, Thierry, 2016).

Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

El costo de registro de BPM es de 3 dólares para las pequeñas industrias y el costo por el proceso se encuentra en 1000 dólares aproximadamente, tiene una duración de 5 años. En Ecuador existen nueve empresas que emiten la certificación como:

Tabla 51.

Empresas que emiten certificado de BPM

Empresa	Alcance
CALIVERIF CIA. LTDA.	Inspección Alimentos
DE LA TORRE ASESORÍA ALIMENTARIA AGDR CIA LTDA.	Inspección Alimentos
FOOD KNOWLEDGE	Inspección Alimentos
ICONTEC INTERNATIONAL S.A.	Inspección Alimentos
BUREAU VERITAS DEL ECUADOR S.A.	Inspección Alimentos
SGCEC DEL ECUADOR	Inspección Alimentos
SGS DEL ECUADOR	Inspección Alimentos
TRUST CONTROL INTERNATIONAL S.A.TCEE	Inspección Alimentos
NSF ECUADOR S.A.	

Fuente: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

De estas empresas se ha elegido a Incontect International S.A. por sus servicios de acompañamiento y capacitación constante, siendo estos los servicios clave para el fomento a las exportaciones hacia nuevos mercados de productos con potencial.

Check list para cumplimiento de BPM

Tabla 52.

Elementos para cumplimiento de BPM

Ítem	Observaciones
CAPÍTULO I: instalaciones y requisitos de BPM	
Facilitar el mantenimiento, limpieza y desinfección apropiada; y que minimice los riesgos de contaminación el diseño y distribución de las áreas	

Ítem	Observaciones
Usar para lo pretendido fáciles de mantener, limpiar y desinfectar; y facilita el control de plagas, las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos	
Mantener higiene personal y las áreas internas se dividen en zonas según el nivel de higiene que requieran y dependiendo de los riesgos de contaminación de los alimentos	
Poner señalización de flujo de producción	
Ubicar y construir las escaleras y estructuras complementarias de manera que no causen contaminación al alimento o dificulten el flujo regular del proceso y limpieza de planta	
Limpiar adecuadamente los pisos, paredes y techos	
Permitir una limpieza fácil y mantener condiciones higiénicas adecuadas en las cámaras de refrigeración	
Facilitar su limpieza en las uniones entre las paredes y pisos de áreas críticas son cóncavas	
Reducir la acumulación de polvo al mínimo y facilitar su limpieza y desinfección as ventanas y otras aberturas en las paredes	
Identificar con un color distinto para cada una las líneas de flujo (tubería de agua, agua no potable, vapor, combustible, aire comprimido, aguas de desecho, otros)	
Iluminar, con luz natural siempre que sea posible y cuando se necesite luz artificial, está es semejante a la luz natural para que el trabajo sea ejecutado eficientemente las áreas tienen una adecuada	
Ventilar natural o mecánica, directa o indirecta y adecuada para prevenir la condensación de vapor, entrada de polvo y facilitar la remoción de calor donde sea requerido	
Evitar la contaminación de alimentos, evitan la incorporación de olores, permiten el control de la temperatura ambiente y humedad los sistemas de ventilación	
Proteger con mallas, removibles para su limpieza las aberturas para la circulación del aire están	
Poseer mecanismos para el control de temperatura y humedad del ambiente, para asegurar la limpieza del producto	
Poseer una cantidad de servicios higiénicos, lavandería, duchas y vestuarios, casilleros suficiente e independiente para mujeres y hombres	
Alejar áreas de servicios higiénicos, lavanderías, duchas y vestidores de las áreas de producció	
Colocar en las zonas de acceso a las áreas críticas de elaboración hay unidades dosificadoras de soluciones desinfectantes que no afecte a la salud del personal ni a la manipulación del alimento	

Ítem	Observaciones
Colocar en las proximidades de los lavamanos existen avisos sobre la obligatoriedad de realizar el aseo respectivo antes y después de usar los servicios sanitarios para reiniciar las labores de producción	
Disponer de abastecimiento y sistema de distribución adecuado de agua potable, así como de instalaciones apropiadas para su almacenamiento, distribución y control	
Diseñar y construir el sistema para evitar contaminación de alimento, del agua o las fuentes de agua potable almacenadas en la planta el drenaje y sistema de disposición	
Poseer un sistema adecuado de recolección, almacenamiento, protección y eliminación de basuras	
CAPÍTULO II: de los equipos y utensilios Construir con materiales cuyas superficies de contacto no transmitan sustancias tóxicas, olores ni sabores, ni reaccionen con los ingredientes o materiales que intervengan en el proceso de fabricación	
Recubrir de pintura u otro tipo de material desprendible que represente un riesgo físico para el alimento as superficies que se encuentran en contacto directo con el alimento	
Poner materiales resistentes, inertes, no porosos lo cual permite no contaminar el producto a realizarse las tuberías que conducen las materias primas y alimentos	
Limpiar las tuberías se realiza de manera diaria y se emplean sustancias previstas para esto	
REQUISITOS HIGIÉNICOS CAPÍTULO I: obligaciones del personal Mantener la higiene y el cuidado personal	
Capacitar para realizar la labor asignada, conociendo previamente los procedimientos, protocolos, e instructivos con sus funciones y comprender las consecuencias del incumplimiento de los mismos	
Vestir con uniformes adecuados, y delantales o vestimenta que permita visualizar fácilmente su limpieza al personal de la Planta	
CAPÍTULO IV: envasado, etiquetado y empaquetado Envasar, etiquetar, y empaquetar de conformidad con las normas técnicas y reglamentación vigente los alimentos	
CAPÍTULO V: almacenamiento, distribución, transporte y comercialización Almacenar los alimentos terminados en almacenes y bodegas para se mantienen en condicione higiénicas y evitan la descomposición	
Poseer en la planta cuenta con mecanismos de control de temperatura y humedad Ubicar los estantes una altura que evita el contacto con el piso	

Ítem	Observaciones
Almacenar los alimentos alejados de la pared para facilitar el ingreso del personal para el aseo y mantenimiento del almacén	
Poner en todo momento del almacenamiento el nombre del alimento, número de lote y la fecha de elaboración, es identificado por medio de etiquetas o cualquier otro medio de identificación	
Revisar las condiciones de los alimentos periódicamente	
Revisar el vehículo antes de cargar los alimentos	
GARANTÍA DE CALIDAD-ASEGURAMIENTO Y CONTROL DE CALIDAD	
Poseer en la planta existen laboratorios de control de calidad y registros del control	
Presentar profesionales para el análisis de los componentes del queso	
Realizar controles de materia prima e insumos de manera periódica	

Fuente: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia, (2021)

Elaborado por: Escarli Villarreal

En el Check list se pueden observar los elementos que debe tener la empresa para alcanzar las BPM, entre ellos están instalaciones y requisitos de BPM, equipos y utensilios, obligaciones del personal, envasado, etiquetado y empaquetado, almacenamiento, distribución, transporte y comercialización y garantía de calidad, aseguramiento y control de calidad. Estos temas son vitales para obtener la certificación BPM.

GUÍA DE ENTREVISTA PARA EL GERENTE DE LA EMPRESA DE LÁCTEOS JHONNY.

1. ¿Cuál es el impacto económico que ha tenido la empresa a través de la pandemia del COVID - 2019?

Se ha visto afectada de una forma muy evidente ya que no podían comercializar sus productos y por ello las personas bajaron el nivel de consumo.

2. ¿La empresa cuenta con certificados que garanticen la calidad del queso fresco?

No cuenta con certificaciones internacionales, pero si con registros sanitarios para poder comercializar dichos productos.

3. Cree usted qué con las certificaciones internacionales fomentaría la exportación del queso fresco.

Sí, porque a través de estas certificaciones se podría comercializar el producto y lograr posesionarse en mercados extranjeros cumpliendo todas las normas de calidad del producto.

4. ¿Cuáles son sus principales competidores en el mercado nacional?

Les afecta las fábricas vecinas entre ellas están Milma, La caserita, ya que se dedican al mismo procesamiento y a los mismos tipos de productos.

5. ¿Cuáles son los costos para la producción del queso fresco?

En cuanto a la adquisición de la materia prima no es muy alta, lo que si tiene un valor económico es la maquinaria para la producción, la desinfección, la limpieza del área para el procesamiento del queso.

GUÍA DE ENTREVISTA PARA PROECUADOR

1. ¿Qué impacto económico han tenido las exportaciones ecuatorianas productoras de lácteos?

Nuestro país que prácticamente salió de ser un país libre de aptosa en el 2014, ha venido desarrollando un tuteo a nivel de Sudamérica y sobre todo algunos países extranjeros en los Estados Unidos nosotros exportamos del 2012 al 2014 el producto de queso fresco hacia el mercado americano, pero hay que reconocer algunas situaciones dentro de la trazabilidad, el estado del proceso que justifican qué acciones ha tomado dentro de su marco productivo que quiere decir eso desde la recolección de leche, es decir desde que va el encadenamiento productivo hasta obtener el producto final, primero luego de eso las buenas prácticas de manufactura y finalmente certificaciones internacionales que nos permitirían el acceso al mercado internacional entonces en una primera fase pues nosotros podemos obtener una información bastante interesante hay productos aquí en el Carchi que ya primero han penetrado en un mercado local nacional eso es como noticia interesante tenemos ganadores de premios internacionales lo cual garantiza un producto de excelencia.

2. ¿Qué facilidades aporta el estado ecuatoriano hacia las Mipymes productoras de lácteos?

Bueno las facilidades y pues con ello exigir un producto de excelencia en su encadenamiento productivo el Ministerio de promoción de exportaciones trabajamos día a día con productos en el tema de la promoción comercial y conjuntamente con el tema del seguimiento técnico

3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que atraviesan las microempresas productoras de lácteos al momento de ofertar sus productos a mercados extranjeros?

Uno de los principales factores sobre todo son los niveles de certificación son muy importantes en el sentido de tener una idea clara de su oferta exportable igual forma un buen diseño de empaque envase embalaje.

Hay que tener en cuenta que uno de los principales problemas es no contar con los certificados internacionales y no tener una oferta clara porque si no tienes un posicionamiento a trabajar dentro del área pues es bastante complicado dentro del emprendimiento y dentro también el mismo hecho de con una mediana empresa el impedimento o branding y todas las cosas que nosotros debemos tener para llegar a ser reconocido en el mercado internacional.

4. En los últimos 5 años ¿Cómo visualiza el desarrollo de la industria de lácteos en la provincia del Carchi y el Ecuador?

Carchi tiene un desarrollo bastante interesante hay productores y productos que destacan como lo son Don Queso, Mondel, Milma etc. hay productos muy buenos que se destacan a nivel nacional, la leche y los quesos del Carchi son reconocidos por su sabor, por sus diferentes características y también por su historia.

5. ¿Cómo aporta Pro-Ecuador a las Pymes del sector lácteo, para ofertar sus productos en nuevos mercados y ser reconocidos a nivel mundial?

Bueno nosotros primeramente la empresa tiene que tener una segmentación fuerte, la empresa tiene que pasar un diagnóstico la cual se llama ruta para Ecuador, dentro de ello está el potencial exportador en esto pues generalmente nosotros analizamos todos los premios nacionales certificaciones, niveles de producción, marcas, algunas cosas que realmente lo hacen al producto tiene una potencialidad.

Finalmente es muy importante y eso siempre desde los usuarios no querer hacer las cosas porque por más situaciones públicas que quieren ayudarte y si tú no lo van a hacer no vamos al grano tienes un excelente producto, pero ya se ha llevado compradores internacionales se pide la oferta le pide precios FOB, pero no hace nada entonces ahí queda todo.

GUÍA DE ENTREVISTA PARA AGROCALIDAD

1. , ¿Qué impacto económico han tenido las exportaciones ecuatorianas, como efecto de la pandemia Covid-2019?

Según la empresa pública que maneja todo lo que son importaciones y exportaciones el impacto sobre las exportaciones en estos ya casi dos años de pandemia se ha reducido en un 70% en este momento las exportaciones por frontera y nuestro principal comprador que es Colombia nos ha generado recursos para el PIB.

2. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que prevé usted en el proceso de obtención de la certificación de exportación para ofertar productos lácteos en mercados internacionales?

En lo que es productos lácteos cómo se sabe la norma se debe tener una certificación número 1 para poder exportar ya que los mercados internacionales requieren un producto de calidad y esto si hay un poco de retraso ya que los tramites que tienen en las entidades públicas es muy demoroso entonces eso se debería eliminar y dar más accesibilidad al exportador o a la pequeña industria para poder sacar los certificados y tener productos de primera calidad para poder exportar a mercados internacionales.

3. ¿Agrocalidad como institución pública, que facilidad promueve a las MiPymes para la certificación de los productos lácteos que serán comercializados en mercados internacionales?

El problema radica en que cuando existe un cambio de Gobierno hay cambios de funcionarios entonces en este momento Agrocalidad hay una reestructuración y mientras haya una reestructuración el cambio de funcionarios no agilitan estos procesos para los pequeños empresarios entonces el problema más radica en lo que es la parte pública en la parte privada sabemos que tú haces una inversión y tienes hecho tu inversión para poder sacar tus productos necesitamos de la parte pública para poder sacar los certificados y lastimosamente el cambio de Gobierno afectado al pequeño emprendedor.

4. ¿Actualmente, cuáles son los problemas fitosanitarios que se registran en la provincia del Carchi?

En lo que son fitosanitarios más se maneja en lo que es en frontera pero por lo que en este momento está cerrada la frontera problemas de fitosanitarios lo que es lácteos se ha desarrollado más por el contrabando de leche que viene del vecino país entonces lastimosamente no hay un control de agro calidad de aduana y de las entidades públicas para controlar este contrabando de leche y no solamente el contrabando de leche más que todo en este momento es el derivado de la leche lo que le están poniendo a los lácteos entonces eso es lo que se vende más a la industria para generar más ingresos pero entonces no hay un control directo de agro calidad en controlar este contrabando.

5. ¿Qué tiempo lleva la obtención de un registro fitosanitario para la venta de estos productos lácteos?

El tiempo que te dice la norma es máximo dos meses, pero en este momento sé que se están demorando de cuatro a cinco meses por el cambio del nuevo Gobierno y por las nuevas políticas públicas.

**GUÍA DE ENTREVISTA PARA CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL
CARCHI**

1. Cree que la comercialización de productos lácteos beneficiaría al crecimiento económico en la provincia del Carchi?

Más o menos hace unos cuatro años las empresas dedicadas a la industria láctea en nuestra provincia del Carchi registraron leves crecimientos de producción y ventas en todas sus categorías actualmente es cada vez más frecuente la creación de nuevas plantas o pequeñas industrias creando de esta forma nuevos derivados lácteos por lo que el mercado se hace más competitivo mejorando la calidad composicional con higiene y sanitaria de la leche su comercialización se ha beneficiado a un pequeño porcentaje a la economía de este sector.

2. ¿Cuál es la condición actual de la producción en el sector lácteo en la provincia del Carchi?

Con los procesos de capacitaciones y asistencias técnicas se podrá ir mejorando el proceso de los productos y derivados son más comercializados en el mercado determinando que

actualmente el producto estratégico en el Carchi de la cadena productiva de la leche se enfunda seguido por la leche en cartón leche en polvo y el yogur etcétera.

3. ¿Se ha identificado específicamente a los productores potenciales del sector lácteo en la zona 1?

Los productores de leche sus derivados con potencialidad podemos decir que se encuentran en Tulcán Montufar y Espejo como por ejemplo la industria Lechera Quito, Alpina, industria lechera Gloria y otros de suma importancia.

4. ¿Conoce usted qué tipo de apoyo brinda el gobierno para incentivar la producción en el sector lácteo?

El Estado con su política económica promueve el desarrollo de las pymes y es así que el Magap en Carchi ha procurado en la asociatividad registrando por lo menos unos 81 productores de leche unos 31 centros de acopio e industrias artesanales de lácteos y otras empresas grandes de elaboración de derivados de la leche.

5. ¿Conoce usted de la existencia de proyectos que se han desarrollado para el sector lácteo?

Para la implementación de los proyectos se trabaja con en el gobierno y de esta manera se realiza la elaboración de estos productos.

4.2. DISCUSIÓN

Para empezar, es importante mencionar que la provincia de Carchi posee productos lácteos y derivados con potencialidad para ser comercializados en el mercado internacional, sin embargo, se estima que uno de factores que lo impide es el contrabando de leche en la frontera, ya que no se puede llevar a cabo el debido control de la producción de quesos y otros productos, para garantizar su calidad y sanitación.

De la misma forma se menciona que la empresa Johnny del cantón San Pedro de Huaca no posee certificaciones internacionales, pero si cuenta con registros sanitarios para comercializar sus productos. Se destaca que las certificaciones internacionales sirven como aporte a la empresa Johnny como señal hacia los mercados extranjeros de que sus procesos se realizan con la máxima rigurosidad posible. Por medio de los certificados internacionales la empresa Johnny

se podrá diferenciar de la competencia, ya que, los productos lácteos son relativamente homogéneos en comparación a los de la competencia.

En relación con la parte económica, si la empresa Johnny exporta sus productos lácteos al mercado extranjero, esto generaría mayores fuentes de ingreso para la compañía, creando nuevas plazas de empleo, lo que contribuye al desarrollo económico de la localidad.

El queso fresco, rallado, y el yogurt, que oferta la empresa Johnny para poder ingresar al mercado extranjero es necesario que consigan certificación de Buenas Prácticas de Manufactura, e ISO 9001

La política de HACCP se adopta en la mayoría de los países como requisito para obtener la certificación internacional; la ISO 22000 es el estándar internacional actual y beneficia a las empresas de muchas formas. Las empresas que desarrollan sus productos siguiendo estas reglas y especificaciones tienen cada vez más libertad para competir en muchos mercados de todo el mundo.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

El análisis bibliográfico ha permitido identificar que los requisitos para la exportación de productos de origen animal son: análisis de contaminantes, aditivos y residuos y las certificaciones BPM e ISO 9001. La empresa Jhonny no posee los análisis o las certificaciones, pero presenta certificados sanitarios acorde con la normativa del ARCSA, permitiéndole generar los análisis con el personal adecuado y aplicar para la obtención de las certificaciones.

El país hacia donde se enviarán las exportaciones es Alemania dado que es el cuarto consumidor de queso a nivel mundial, a esto se suman los acuerdos comerciales con la Unión Europea que facilitan el ingreso de productos ecuatorianos. Cabe destacar que se requiere de mayor guía en el proceso de exportación, para que el productor conozca los procesos y requisitos necesarios y mejorar la economía especialmente de comunidades rurales que dependen de la venta de sus productos.

La exportación del queso fresco de la empresa Jhonny en su estado actual no es viable, si el flujo de caja de la empresa puede afrontar los costos de exportación, esto aumentaría el precio de venta al público, colocándolo en 4 dólares de 2,50 que cuesta actualmente. Además, en el análisis financiero los resultados arrojaron un valor de VAN y TIR muy bajos siendo no rentable el proyecto de mejora para certificación. Este precio de 4 dólares no es competitivo con la oferta alemana, así que, aunque se pueden afrontar costos la rentabilidad de la venta en el extranjero es baja.

Aunque existen varias empresas que emiten las certificaciones, se debe tener conocimiento de las que se encuentran reguladas, por ello es necesaria la investigación en las páginas oficial de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria del Ecuador.

Aunque los requisitos para la exportación de productos de origen animal son bastantes, los mismos son alcanzables con inversión y acompañamiento para la mejora de los sectores productivos del Ecuador, se requiere sin embargo el actuar gubernamental para la facilitación del comercio mediante información e impulsos económicos.

5.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda que el Magap incentive a los productores por medio de capacitaciones que permitan desarrollar los productos de la industria lechera y sus derivados.

Se recomienda que el Magap deba mantener actualizados a los productores de leche y productos lácteos sobre los procesos innovadores tanto en tecnología como en leyes y normativas. Con la intención de que mejorar la situación socio económico de los productores de leche y productos derivados, ya que al tener mayor demanda también se aumentarían las tasas laborales.

Se recomienda a los dueños de pymes de sector lácteo incorporar la tecnología en sus procesos productivos, ya que esta se concibe con una de las bases para crear oportunidades de negocio, debido que esto les permitirá ser más rentables y competitivos en la producción de leche y derivados.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aduanet. (2021). *Aduanet*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/EAIScroll?Partida=405909000&Desc=>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2015). *Registro Oficial N°555*. Quito: Asamblea Nacional. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/08/Registro-Oficial-Res-042-BPM-Alimentos.pdf>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (27 de MARzo de 2021). *Procedimiento para el registro del certificcado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/registro-de-buenas-practicass-para-alimentos-procesados/>
- Altamirano, J. E. (2021). *Herramientas estadísticas y certificación ISO 9001: 2015 en la empresa Productos Lácteos Píllaro*. Ambato: Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato .
- Anwar, S. (2009). *Teorías del Comercio Internacional*. Barcelona: Brujas.
- Ares, C., & Bouza, L. (2019). *Política de la Unión Europea: crisis y continuidad*. CIS.
- Arias, C., Suescun, M., & Zambrano, C. (2018). *Identificación de estrategias que permitan la internacionalización de las empresas del sub-sector lácteo en Colombia con base en casos de éxito*. Bogotá: Tesis de pregrado, Universidad Agustiniana.
- Asamblea Nacional. (2021). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Austrade. (1 de Octubre de 2021). *Tariffs and regulations*. Obtenido de Austrade: <https://www.austrade.gov.au/australian/export/export-markets/countries/italy/doing-business/tariffs-and-regulations>

- Banco Central del Ecuador. (2021). *Sistema de Información Macroeconómica*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788>
- Banco Mundial. (1 de Octubre de 2021). *Datos de libre acceso del Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/>
- Beins, B. C. (2017). *Research method: A tool for life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson Educacion.
- Cantos, M. (1999). *Introducción al comercio internacional*. Barcelona: EDIUOC.
- Consejo Europeo. (23 de Abril de 2021). *Acuerdos comerciales de la UE*. Obtenido de Consejo Europeo: <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/trade-policy/trade-agreements/>
- Dunne, T., & Reus-Smit, C. (2017). *The globalization of international society*. Oxford: Oxford University Press.
- Düsseldorf. (2018). *Informe de mercado: El sector del queso en Alemania*. Alemania: Oficina Comercial Düsseldorf. Obtenido de http://www.exportapymes.com/documentos/productos/Ie1140_iquesoalemania.pdf
- El campo. (2021). *El campo Supermercado en línea*. Obtenido de <https://www.alcampo.es/compra-online/>
- European Comission. (2015). *Trade for all Towards a more responsible trade and investment policy*. Luxembourg: European Union.
- Feenstra, R. C. (2018). Alternative sources of the gains from international trade: Variety, creative destruction, and markups. . *Journal of Economic Perspectives*, 32(2), 25-46.
- Fratta, S., & Sabatini, M. (2020). *Italy 4.0: Pursuing the digital future amid macro-gloom*. Obtenido de Deloitte: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/industry-4-0/italy-4-0-digital-future-technology.html>
- Fukuda, K. (2020). Science, technology and innovation ecosystem transformation toward society 5.0. *International journal of production economics*, 220, 107460.

- Guerrero, C. (2015). *Plan de negocios para la exportación de queso amasado fabricado por PRODALSAN en la ciudad de San Gabriel provincia de Carchi con destino a San Juan de Pasto, Colombia*. Quito: Tesis de pregrado, UTE.
- Heras-Saizarbitoria, I. (2018). *ISO 9001, ISO 14001, and new management standards*. Berlin: Springer International Publishing.
- Hiscox, M. J. (2020). *International trade and political conflict*. Princeton: Princeton University Press.
- Ikram, M., Sroufe, R., Rehman, E., Shah, S. Z., & Mahmoudi, A. (2020). Do quality, environmental, and social (QES) certifications improve international trade? A comparative grey relation analysis of developing vs. developed countries. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 545, 123486.
- Instituto Nacional de Estadística Y Censos. (2021). *Boletín Técnico N°12-2021-IPC*. Quito: INEC. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Diciembre-2021/Bolet%C3%ADn_t%C3%A9cnico_12-2021-IPC.pdf
- IsoTools. (2021). *Sistemas de Gestión de Calidad*. Obtenido de Software ISO Calidad: <https://www.isotools.org/normas/calidad/iso-9001/>
- Koenes, A. (1997). *La ventaja competitiva*. Madrid: Díaz de Santos.
- Koneggi. (11 de Noviembre de 2010). *Entidades de Certificación de Sistemas de Gestión de Calidad ISO*. Obtenido de <https://koneggi.com.ec/blogiso/blog-calidad/entidades-de-certificacion-de-sistemas-de-gestion-de-calidad-iso>
- Lagua, D. X. (2019). *Estandarización del proceso de elaboración de manjar de leche basado en los requerimientos de la norma ISO 9001-2015 en la empresa SOPRAB productos alimenticios*. Ambato: Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica Indoamerica.
- Lascano, C. D. (2019). *Alternativas de Comercialización de queso amasado de la empresa de lácteos “Jhonny”, cantón Huaca provincia del Carchi, a mercados internacionales*. Tulcán: Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

- Lechevalier, S. (2019). *Innovation Beyond Technology*. Science for society and interdisciplinary.
- Merriam, S. B., & Grenier, R. S. (2019). *Qualitative research in practice: Examples for discussion and analysis*. London: John Wiley & Sons.
- Meyer, J., Feil, J., & Schaper, C. (2019). Internationalization Strategies in the German Dairy Industry and their Influence on the Economic Performance of Firms. *Proceedings in Food System Dynamics*, 188-202.
- Mondragón, V. (01 de 09 de 2016). *¿Qué es una certificación internacional y cuáles son las más importantes?* Obtenido de Diario del Exportador: <https://www.diariodelexportador.com/2016/09/que-es-una-certificacion-internacional.html>
- Oflazoglu, S. (2017). *Qualitative versus quantitative research*. Österreich: BoD–Books on Demand.
- Pacheco, V. R. (2017). *Diseño, Implantación e Implementación de la Norma de Sistemas de Gestión de Calidad Nb/Iso 9001: 2015 en la Empresa Pública Productiva Lácteos de Bolivia–Lacteosbol para Cumplir los Requisitos de la Certificación Caso: Fabricación de Productos-Leche Uht*. La Paz: Tesis de posgrado, Universidad Mayor de San Andrés.
- Pérez, M. (2021). Dinámicas del sector lácteo como ventaja competitiva frente a los retos de mercados internacionales. *ECONÓMICAS CUC*, 42(1), 230-248.
- Salgado, T. (2017). *Costos económicos de emplear Buenas Prácticas Ambientales en la actividad ganadera primaria bovina de producción de leche*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14486/Disertaci%C3%B3n%20Tania%20Salgado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Secretaría Nacional de Planificación. (2021). *Plan de creaciones de oportunidades 2021-2025*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación. Obtenido de https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan-de-Creaci%C3%B3n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado_compressed.pdf

- Srivastava, A. (2020). *Modern Law of International Trade: Comparative Export Trade and International Harmonization*. Berlin: Springer Nature.
- Tasel, F. (2020). The importance of timing of internationalization: a literature review. *Journal of Management Marketing and Logistics*, 7(4), 202-209.
- Tía. (2021). *Tía las mejores ofertas*. Obtenido de <https://www.tia.com.ec/>
- Todo Comercio . (13 de Diciembre de 2015). *Que es una certificación internacional* . Obtenido de <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/qu-es-una-certificaci-n-internacional>
- Trade map. (2021). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Unión Europea. (2017). *Legislación de la Unión Europea de contaminantes químicos en productos alimentarios*. Unión Europea. Obtenido de <http://europa.eu/legislationsummaries/foodsafety/contaminationenviromentalfactor>
- Veintimilla, S. M. (2020). *Internacionalización de la empresa Heladaza SA hacia el mercado de New York mediante una estrategia comercial de distribución*. Machala: Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Machala.
- Wang, G. (2019). *Globalization*. Berlin: BoD–Books on Demand.
- Wierzejski, T., Lizińska, W., & Jakubowska, D. (2020). Consumption and Internationalization: Determinants for the Development of the Dairy Market in Poland. *European Research Studies*, 23(3), , 629-644.
- Woller, Thierry. (2016). *Guías para la exportación de productos agrícolas y alimentos a la Unión Europea*. Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Gu%C3%ADa-para-la-exportaci%C3%B3n-de-productos-agr%C3%ADcolas-y-alimentos-a-la-Uni%C3%B3n-Europea.pdf>

VII. ANEXOS

Anexo 1: Certificado o Acta del Perfil de Investigación



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Villarreal Castro Escarli Marinela **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401910682
NIVEL/PARALELO: EGRESADA **PERIODO ACADÉMICO:** 2021 B

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Certificaciones internacionales de productos lácteos de la empresa Johnny, Cantón San Pedro de Huaca – Provincia del Carchi y el fomento a las exportaciones"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MsC. Navarrete López Oscar
LECTOR: MsC. Gutiérrez Villarreal Milena
ASESOR: MsC. Realpe Delgado Beatriz

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 105
FECHA: jueves, 31 de marzo de 2022
HORA: 10H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,00
2) Trabajo escrito 2,10
Nota final de PRE DEFENSA 7,10

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el jueves, 31 de marzo de 2022

MsC. Navarrete López Oscar
PRESIDENTE

MsC. Realpe Delgado Beatriz
TUTOR

MsC. Gutiérrez Villarreal Milena
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Escarli Marinela Villarreal Castro				
DATE: 30 de marzo de 2022				
TOPIC: "CERTIFICACIONES INTERNACIONALES DE PRODUCTOS LÁCTEOS DE LA EMPRESA JOHNNY, CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA – PROVINCIA DEL CARCHI Y EL FOMENTO A LAS EXPORTACIONES"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	TOTAL 9		



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE
CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Escarli Marinela Villarreal Castro

Fecha de recepción del abstract: 30 de marzo de 2022

Fecha de entrega del informe: 30 de marzo de 2022

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Ing. Edison Peñañiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3: Oficio Solicitud al Propietario de la Empresa para el desarrollo de la tesis.

Memorando Nro. UPEC-CEYNCI-2019-1277-M

Tulcán, 19 de diciembre de 2019

PARA: Sra. Narcisca Paredes

GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA LÁCTEOS JHONNY

ASUNTO: Solicitud

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo, deseándole éxitos y aciertos en sus importantes funciones.

Por medio del presente me permito poner en su conocimiento que la señorita estudiante de octavo nivel de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional Escarti Marinela Villarreal Castro con cedula de identidad 0401910682 se encuentra realizando el tema de investigación "Certificaciones internacionales de productos lácteos de la empresa Jhonny, Cantón San Pedro de Huaca - Provincia del Carchi y el fomento a las exportaciones", motivo por el cual solicito muy respetuosamente a su autoridad se digne autorizar a quien correspondía se facilite información relacionada al tema.

Cabe recalcar que la información proporcionada será utilizada con absoluta confidencialidad y destinada a fines estrictamente académicos.

Seguros de contar con una respuesta favorable desde ya anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,

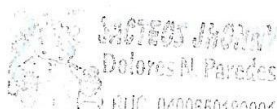
Ing. Edison Caza Guevara Msc.

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL
"Educación para el desarrollo y la Integración"**



Recibido 5-01-2020

Dolores N. Paredes



Anexo 4: Formato Entrevista Empresa de Lácteos Jhonny



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

GUÍA DE ENTREVISTA PARA EL GERENTE DE LA EMPRESA DE LÁCTEOS
JHONNY.

Nombre del entrevistado Dolores Narcisca Paredes

Fecha 10.11.2021

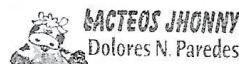
Objetivo: Recopilar información acerca de la capacidad de producción del queso fresco, con la finalidad de determinar las certificaciones internacionales.

La información proporcionada en la presente entrevista será utilizada únicamente con fines académicos.

A continuación, por favor, sírvase responder a cada pregunta con la mayor veracidad posible.

De antemano agradezco su gentil colaboración.

1. ¿Cuál es el impacto económico que ha tenido la empresa a través de la pandemia del Covid - 2019?
2. ¿La empresa cuenta con certificados que garanticen la calidad del queso fresco?
3. Cree usted con las certificaciones internacionales fomentaría la exportación del queso fresco.
4. ¿Cuáles son sus principales competidores en el mercado nacional?
5. ¿Cuáles son los costos para la producción del queso fresco?



Dolores N. Paredes

Anexo 5: Formato Entrevista ProEcuador



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

GUÍA DE ENTREVISTA PARA PROECUADOR

Nombre del entrevistado Osvaldo Alejandro Ruano Pellana

Fecha 9/11/2021

Objetivo: Recopilar información de las certificaciones internacionales para productos lácteos.

La información proporcionada en la presente entrevista será utilizada únicamente con fines académicos.

A continuación, por favor, sírvase responder a cada pregunta con la mayor veracidad posible.

De antemano agradezco su gentil colaboración.

1. ¿Qué impacto económico han tenido las exportaciones ecuatorianas productoras de lácteos?
2. ¿Qué facilidades aporta el estado ecuatoriano hacia las Mipymes productoras de lácteos?
3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que atraviesan las microempresas productoras de lácteos al momento de ofertar sus productos a mercados extranjeros?
4. En los últimos 5 años ¿Cómo visualiza el desarrollo de la industria de lácteos en la provincia del Carchi y el Ecuador?
5. ¿Cómo aporta Proecuador a las Mypimes del sector lácteo, para ofertar sus productos en nuevos mercados y ser reconocidos a nivel mundial?

Osvaldo Alejandro Ruano Pellana PRO ECUADOR

Anexo 6: Formato Entrevista Agrocalidad



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

INTERNACIONAL

GUÍA DE ENTREVISTA PARA AGROCALIDAD

Nombre del entrevistado Washington Edmundo Boibous Mena

Fecha 9-01-2021

Objetivo: Recopilar información acerca de las certificaciones internacionales para productos lácteos.

La información proporcionada en la presente entrevista será utilizada únicamente con fines académicos.

A continuación, por favor, sírvase responder a cada pregunta con la mayor veracidad posible.

De antemano agradezco su gentil colaboración.

1. ¿Qué impacto económico han tenido las exportaciones ecuatorianas, como efecto de la pandemia Covid-2019?
2. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que prevé usted en el proceso de obtención de la certificación de exportación para ofertar productos lácteos en mercados internacionales?
3. ¿Agrocalidad como institución pública, que facilidad promueve a las Mipymes para la certificación de los productos lácteos que serán comercializados en mercados internacionales?
4. ¿Actualmente, cuáles son los problemas fitosanitarios que se registran en la provincia del Carchi?
5. ¿Qué tiempo lleva la obtención de un registro fitosanitario para la venta de estos productos lácteos?




Anexo 7: Formato Entrevista Cámara de la pequeña Industria del Carchi



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL



INTERNACIONAL

GUÍA DE ENTREVISTA PARA CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL
CARCHI

Nombre del entrevistado Jorge H. Clavijo

Fecha 2021-11-09

Objetivo: Recopilar información acerca de las certificaciones internacionales para productos lácteos.

La información proporcionada en la presente entrevista será utilizada únicamente con fines académicos.

A continuación, por favor, sírvase responder a cada pregunta con la mayor veracidad posible.

De antemano agradezco su gentil colaboración.

- 1 ¿Cree que la comercialización de productos lácteos beneficiaría al crecimiento económico en la provincia del Carchi?
- 2 ¿Cuál es la condición actual de la producción en el sector lácteo en la provincia del Carchi?
- 3 ¿Se ha identificado específicamente a los productores potenciales del sector lácteo en la zona 1?
- 4 ¿Conoce usted qué tipo de apoyo brinda el gobierno para incentivar la producción en el sector lácteo?
- 5 ¿Conoce usted de la existencia de proyectos que se han desarrollado para el sector lácteo?


Jorge H. Clavijo T.
SECRETARIO EJECUTIVO
CAMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA
DEL CARCHI



Fuente: Industria de la Pequeña Industria del Carchi

Anexo 8: Instalaciones de la Empresa



Fuente: Lácteos Jhonny

Anexo 9: Recepción de Materia Prima



Fuente: Lácteos Jhonny

Anexo 10: Área de Fabricación



Fuente: Lácteos Jhonny

Anexo 11: Venta de Productos



Fuente: Lácteos Jhonny

Anexo 12: Oficina



Fuente: Lácteos Jhonny

Anexo 13: Despacho de productos



Fuente: Lácteos Jhonny

Anexo 14: RUC de la Empresa

RUC	Razón social		
0400650180001	PAREDES DOLORES NARCIZA		
Estado contribuyente en el RUC	Nombre comercial		
ACTIVO			
Actividad económica principal	ELABORACIÓN DE QUESO Y CUAJADA.		
Tipo contribuyente	Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad	
PERSONA NATURAL	OTROS	NO	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
01/07/1998	11/02/2020		28/01/2009

Fuente: Servicio de Rentas Internas