

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

### CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**Tema: “Oportunidades de mercados Internacionales para la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de la parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura”**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del  
título de Licenciada en Comercio Exterior

AUTOR(A): Quinchiguango Camacho Jenifer Lizbeth

TUTOR(A): MSc. Julio Iván López Cadena

Tulcán, 2025.

## **CERTIFICADO DEL TUTOR**

Certifico que la estudiante(s) Quinchiguango Camacho Jenifer Lizbeth. Con el número de cédula 1725429227 respectivamente ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: “Oportunidades de mercados Internacionales para la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A. de la parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura”

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



JULIO IVAN LOPEZ  
CADENA

---

**MSc. Julio Iván López Cadena**  
**TUTOR**

Tulcán, febrero de 2025

## **AUTORÍA DE TRABAJO**

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de comercio exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Quinchiguango Camacho Jenifer Lizbeth, con cédula de identidad número 1725429227, respectivamente declaró que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



---

Quinchiguango Camacho Jenifer Lizbeth

**AUTORA**

Tulcán, febrero de 2025

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

Yo, Quinchiguango Camacho Jenifer Lizbeth, declaro ser autora de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Oportunidades de mercados Internacionales para la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A. de la parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



---

Quinchiguango Camacho Jenifer Lizbeth

**AUTORA**

Tulcán, febrero de 2025

## **AGRADECIMIENTO**

Aprecio la salud que Dios me ha concedido, así como la sabiduría para encontrar soluciones a los desafíos diarios. Esto me impulsa a perseguir mis sueños, valorar mis capacidades y mantenerme firme en mi camino académico.

Mi madre Lorena Paola Camacho León, mis hermanos Pamela Quinchiguango, Javier Quinchiguango, mis abuelos Rosa Morales, Alberto Quinchiguango, a mi pareja Edison Fonte, quisiera agradecer a mi familia por el apoyo moral y económico que me han brindado durante este proceso de mi carrera y me enseñó que con trabajo y dedicación todo es alcanzable.

Mi tutor, MSc. Julio López, agradezco por su apoyo, confianza y sobre todo por brindarme sus conocimientos que hicieron posible este trabajo de investigación.

Agradezco a la empresa ZULACTEOS S.A por brindarme la oportunidad de realizar este proyecto de investigación, en particular a su propietario Franklin Aguilar por su valiosa colaboración y gentileza.

A todos ellos...

**ETERNAMENTE AGRADECIDA**

## **DEDICATORIA**

El trabajo de investigación es resultado del profundo aprecio y gratitud a mi madre Lorena Paola Camacho León y de manera especial a mi padre Luis René Quinchiguango Morales quien desde el cielo estará orgulloso de su hija, También agradezco a mis hermanos Pamela Quinchiguango, Javier Quinchiguango y a mi pareja Edison Fonte por apoyarme y motivarme todos los días de mi carrera universitaria y ser un gran ejemplo para ellos y poder lograr esta meta. Agradezco a Dios por iluminar mi camino en todo momento, brindarme la fuerza necesaria para continuar sin desfallecer durante este tramo universitario.

**Quinchiguango Camacho Jenifer Lizbeth**

## ÍNDICE GENERAL

<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>1</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>7</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>8</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>9</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>10</b>
<b>I. EL PROBLEMA</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>13</b>
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>13</b>
<b>1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>15</b>
1.4.1. Objetivo General.....	15
1.4.2. Objetivos Específicos .....	15
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	16
<b>II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>17</b>
<b>2.2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>24</b>
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	<b>29</b>
<b>3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO</b> .....	<b>29</b>
3.1.1. Enfoque.....	29
3.1.2. Tipo de Investigación .....	30
<b>3.2. IDEA A DEFENDER</b> .....	<b>33</b>

<b>3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....</b>	<b>33</b>
<b>3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....</b>	<b>36</b>
<b>3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO .....</b>	<b>36</b>
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>38</b>
<b>4.1. RESULTADOS .....</b>	<b>38</b>
4.1.1. Clasificación arancelaria .....	41
4.1.2. Estudio de mercado .....	42
4.1.2.1. Top 10 de los principales países importadores con la subpartida 040690.....	42
4.1.2.2. Top 10 de los países exportadores con la subpartida 040690 .....	44
4.1.2.3. Ecuador y sus exportaciones de la subpartida 040690 .....	45
4.1.3. Análisis situacional externo.....	46
4.1.3.1. Factores Socioeconómicos .....	47
4.1.3.2. Factores políticos .....	48
4.1.3.3. Factores demográficos .....	49
4.1.3.4. Factores legales .....	50
4.1.3.5. Barreras arancelarias.....	50
4.1.3.6. Barreras no arancelarias .....	51
4.1.3.7. Factores tecnológicos.....	52
4.1.3.8. Factores culturales .....	53
4.1.3.9. Factores geográficos.....	54
4.1.4. Análisis del mercado destino .....	58
4.1.4.1. Perfil del país – Estados Unidos de América .....	58
4.1.4.2. Perfil del consumidor de Estados Unidos .....	59
4.1.4.3. Segmentación de mercado .....	60
4.1.4.4. Gustos y preferencias de los habitantes de Florida .....	61

4.1.4.5. Comportamiento del consumidor .....	62
4.1.5. Estudio técnico.....	64
4.1.5.1. Localización de la empresa.....	64
4.1.5.2. Macro localización .....	64
4.1.5.3. Micro localización .....	65
4.1.5.4. Ingeniería del proyecto .....	66
4.1.5.5. Distribución del espacio físico.....	66
4.1.5.6. Maquinaria.....	67
4.1.5.7. Imagen empresarial .....	67
4.1.5.8. Valores empresariales .....	68
4.1.5.9. Organización empresarial .....	68
4.1.5.10. Descripción de la asociación .....	69
4.1.5.11. Organigrama estructural .....	69
4.1.5.12. Requerimiento de personal.....	69
4.1.5.13. Manual de funciones .....	70
4.1.5.14. Matriz FODA .....	73
4.1.5.15. Procesos.....	75
4.1.5.16. Mapa de procesos de exportación .....	75
4.1.6. Propuesta de marketing internacional .....	76
4.1.6.1. Producto .....	76
4.1.6.2. Estrategia de internacionalización .....	77
4.1.7. Distribución física internacional .....	78
4.1.8. Marca del producto.....	80
4.1.8.1. Etiqueta al mercado Internacional .....	81
4.1.9. Empaque.....	82
4.1.10. Embalaje .....	83

4.1.11. Cubicaje.....	84
4.1.12. Incoterms®.....	85
4.1.13. Estudio financiero.....	87
4.1.13.1. Inversión inicial.....	87
4.1.13.2. Proyección de gastos administrativos.....	93
<b>4.2. DISCUSIÓN.....</b>	<b>103</b>
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>107</b>
<b>5.1. CONCLUSIONES.....</b>	<b>107</b>
<b>5.2. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>109</b>
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>110</b>
<b>VII. ANEXOS.....</b>	<b>116</b>
<b>Anexos 1</b> Entrevista.....	116
<b>Anexos 2</b> Tabla de amortización.....	120
<b>Anexos 3</b> Acta de autorización.....	122
<b>Anexos 4</b> Acta de la sustentación de Predefensa del TIC.....	123
<b>Anexos 5</b> Certificado del abstract por parte de idiomas.....	124
<b>Anexos 6</b> Registro Fotográfico.....	126

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Variable independiente	33
<b>Tabla 2</b> Variable dependiente	35
<b>Tabla 3</b> Clasificación Queso maduro cheddar	41
<b>Tabla 4</b> Top 10 de los países importadores	42
<b>Tabla 5</b> Principales países exportadores	44
<b>Tabla 6</b> Ecuador y sus exportaciones	45
<b>Tabla 7</b> Oportunidades de mercados internacionales	46
<b>Tabla 8</b> Indicadores socioeconómicos de los países de estudio	47
<b>Tabla 9</b> Indicadores políticos de los países de estudio	48
<b>Tabla 10</b> Indicadores demográficos de los países de estudio	49
<b>Tabla 11</b> Indicadores legales - barreras arancelarias de los países de estudio	50
<b>Tabla 12</b> Indicadores legales - barreras no arancelarias de los países de estudio	51
<b>Tabla 13</b> Indicadores tecnológicos de los países de estudio	53
<b>Tabla 14</b> Indicadores culturales de los países de estudio	54
<b>Tabla 15</b> Indicadores geográficos de los países de estudio	55
<b>Tabla 16</b> Calificación matriz por puntos	56
<b>Tabla 17</b> Perfil del país - Estados Unidos	58
<b>Tabla 18</b> Ficha técnica del estado de Florida	61
<b>Tabla 19</b> Comportamiento del consumidor.	63
<b>Tabla 20</b> Maquinaria requerida	67
<b>Tabla 21</b> Organización empresarial de la empresa	68
<b>Tabla 22</b> Requerimiento de personal	70
<b>Tabla 23</b> Manual de funciones del gerente general.	70
<b>Tabla 24</b> Manual de funciones del gerente administrativo	71
<b>Tabla 25</b> Manual de funciones de contabilidad	72
<b>Tabla 26</b> Manual de funciones de la gerencia de producción	72
<b>Tabla 27</b> Manual de funciones de los operarios	73
<b>Tabla 28</b> Matriz FODA de la empresa	74

<b>Tabla 29</b> Ficha técnica del producto	76
<b>Tabla 30</b> Estrategia de internacionalización	77
<b>Tabla 31</b> Distribución física internacional	78
<b>Tabla 32</b> Distribución Nacional e Internacional	79
<b>Tabla 33</b> Pictograma de manejo del producto	84
<b>Tabla 34</b> Medidas de los empaques	84
<b>Tabla 35</b> Cálculos de cubicaje	85
<b>Tabla 36</b> Resumen del cálculo de cubicaje	85
<b>Tabla 37</b> Cálculo de Incoterms	86
<b>Tabla 38</b> Inversión Inicial	87
<b>Tabla 39</b> Gastos administrativos año 2025	88
<b>Tabla 40</b> Gastos administrativos año 2026	89
<b>Tabla 41</b> Gastos administrativos año 2027	90
<b>Tabla 42</b> Gastos administrativos año 2028	91
<b>Tabla 43</b> Gastos administrativos año 2029	92
<b>Tabla 44</b> Proyección de gastos administrativos	93
<b>Tabla 45</b> Costos de producción	94
<b>Tabla 46</b> Capacidad de ventas en KG	95
<b>Tabla 47</b> Proyección de ventas	96
<b>Tabla 48</b> Otros gastos	97
<b>Tabla 49</b> Inversión inicial	98
<b>Tabla 50</b> Estructura financiera	98
<b>Tabla 51</b> Costo de capital promedio ponderado	99
<b>Tabla 52</b> Amortización de la deuda	99
<b>Tabla 53</b> Estado de resultados	100
<b>Tabla 54</b> Indicadores financieros	101

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Ilustración 1</b> Top 10 de los países importadores.....	43
<b>Ilustración 2</b> Top 10 de los países exportadores.....	45
<b>Ilustración 3</b> Segmentación de mercado .....	60
<b>Ilustración 4</b> Micro localización - Zuleta .....	65
<b>Ilustración 5</b> Distribución del espacio físico.....	66
<b>Ilustración 6</b> Valores de la empresa .....	68
<b>Ilustración 7</b> Organigrama de la empresa .....	69
<b>Ilustración 8</b> Proceso de exportación .....	75
<b>Ilustración 9</b> Marca del producto .....	81
<b>Ilustración 10</b> Etiquetado frontal del producto.....	82
<b>Ilustración 11</b> Etiquetado posterior del producto.....	82
<b>Ilustración 12</b> Empaque del producto.....	83
<b>Ilustración 13</b> Embalaje del producto.....	83

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexos 1</b> Entrevista.....	116
<b>Anexos 2</b> Tabla de amortización.....	120
<b>Anexos 3</b> Acta de autorización .....	122
<b>Anexos 4</b> Acta de la sustentación de Predefensa del TIC .....	123
<b>Anexos 5</b> Certificado del abstract por parte de idiomas.....	124
<b>Anexos 6</b> Registro Fotográfico .....	126

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue analizar las oportunidades de expansión del queso maduro cheddar en los mercados internacionales para la empresa ZULACTEOS S.A ubicada en la parroquia de Angochagua, provincia de Imbabura, por ello se realizó una investigación de mercado mediante la matriz POR PUNTOS como herramienta de análisis, la subpartida arancelaria es 0406.90, el país de destino es Estados Unidos porque tiene mayor puntuación siendo de 1,29 puntos, seguido de Alemania con 0,98 puntos y por último España con 0,49 puntos, de acuerdo a la metodología de la matriz por puntos se selecciona al país con mayor puntuación, siendo el que demuestra mayor oportunidad que los demás. La investigación se apoya de Google Trends para llevar a cabo la segmentación de mercado que permite identificar qué estado o ciudad es la que más consume queso maduro cheddar, Estados Unidos al ser un territorio muy grande se requiere solo identificar una ciudad para focalizar las ventas del producto, se detecta que Florida es el estado que más popularidad tiene en el queso maduro, por lo cual sería el mercado meta. El proceso de exportación comienza con la etapa de producción la cual requiere del ingreso de materia prima siendo la leche, se procede a la pasteurización, luego el cultivo lácticos y cuajos, posterior pasa a la fase de corte y liberación de suero, para finalizar se requiere de sal, muselina y maduración, con ello se alcanza la fase productiva para luego ser exportado al mercado de Estados Unidos. La negociación comienza con la cotización de la compra de queso cheddar, con ello se planifica la exportación y se prepara los documentos necesarios para la nacionalización, los procesos logísticos implican el lead time, el picking y packing para la preparación del pedido posterior a ser transportado, por último, pasa por los procesos de control aduanero para determinar su canal de aforo y la nacionalización del mismo.

Palabras Claves: Mercado internacional, comercialización, queso maduro cheddar.

## ABSTRACT

The objective of the research was to examine the expansion possibilities of mature cheddar cheese in international markets for the company ZULACTEOS S.A., located in the parish of Angochagua, province of Imbabura. To achieve this, a market study was conducted using the point matrix as an analytical tool. The tariff code is 0406.90, and the target country is the United States, as it holds the highest score of 1.29 points, followed by Germany with 0.98 points, and Spain with 0.49 points. According to the point matrix methodology, the country with the highest score is chosen, as it represents the greatest opportunity compared to others. The research is supported by Google Trends to conduct market segmentation, which helps identify which state or city consumes the most mature cheddar cheese. Given that the United States is a vast territory, it is only necessary to pinpoint one city to target product sales. It was determined that Florida is the state with the highest popularity for mature cheese, making it the target market. The export procedure begins with the production phase, which requires the input of raw material, namely milk. The process continues with pasteurization, followed by the addition of dairy cultures and rennet. Next, it moves to the cutting and whey separation stage, and finally, salt, muslin, and aging are needed. This leads to the production phase, after which the cheese is ready to be exported to the U.S. market. Negotiation begins with the quotation for purchasing cheddar cheese, followed by planning the export and preparing the required documents for nationalization. The logistics processes involve lead time, picking, and packing to prepare the order before shipment. Finally, the goods undergo customs clearance procedures to determine the clearance channel and nationalization.

**Keywords:** International market, commercialization, mature cheddar cheese.

## INTRODUCCIÓN

El propósito de este estudio es analizar la factibilidad de ampliar la comercialización de queso maduro cheddar para ZULACTEOS S.A en la Provincia de Imbabura, parroquia Angochagua con el propósito de potenciar su competitividad en mercados internacionales.

El estudio actual se estructuró en cuatro capítulos: En el I capítulo se aborda el problema, justificación, la formulación del problema y los objetivos específicos, todos ellos diseñados de forma secuencial, para lograr el objetivo general del estudio.

El II capítulo aborda la fundamentación teórica, que sirve como base conceptual en la cual se presentan los temas en relación con las variables de estudio, permitiendo sustentar el tema en revisiones de revistas, artículos de investigación, sitios web y repositorios de las universidades.

El capítulo III detalla el método de investigación, el cual incluye, enfoque, idea defender, y cómo se llevará a cabo la recopilación de datos primarios a través de entrevistas. El objetivo fue obtener información sobre las preferencias, gustos de los consumidores por el queso maduro cheddar en los mercados internacionales. Las herramientas utilizadas son los resultados y discusiones obtenidos a través de la matriz Por Puntos que identifica los países idóneos para la venta de queso maduro, se complementan con la investigación de mercado, técnica y financiera.

Para concluir, se extraen las conclusiones y recomendaciones pertinentes, así como se incluye la bibliografía utilizada a lo largo de la investigación y los anexos correspondientes.

## I. EL PROBLEMA

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El mercado mundial del queso maduro cheddar está muy fragmentado ya que los actores compiten ferozmente con los actores locales y regionales. Para Mordor Intelligence (2021),

En las últimas décadas, la producción mundial de leche ha aumentado significativamente un 77 por ciento, de 524 millones de toneladas en 1992 a 930 millones de toneladas en el 2022. En este sentido se puede mencionar que el mayor productor de leche es India con una participación de producción del 23 por ciento, seguido de Estados Unidos, Pakistán, China y Brasil, que son los principales impulsores del crecimiento de la producción de leche y los productos lácteos. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2024)

La producción de leche es una fuente de ingresos para alrededor de 1,3 millones de ecuatorianos, de los cuales 1.222 han dejado de producir leche y mantienen vínculos directos e indirectos con este producto. Ecuador produce alrededor de 6,6 millones de litros de leche cruda al día. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)

En el Ecuador, el 92% del ganado es criado por pequeños productores que emplean prácticas tradicionales con baja tecnología, esto refleja en la calidad deficiente de los pastos y en un deficiente manejo del sistema de producción, lo que impacta negativamente en las emisiones de gases de efecto invernadero del país. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)

En América Latina, el consumo registrado es bajo en comparación con las recomendaciones de la FAO, promediando 134 litros por habitante

al año, en el caso particular de Ecuador, el consumo de leche aún es limitado, ya que el consumo de este en el país se acerca a los 94 litros por habitante. (Centro de la industria láctea del Ecuador, 2023)

En muchos países en desarrollo, los problemas relacionados con la refrigeración, la comercialización, la elaboración y el transporte, así como los problemas de nutrición y tecnología animal, limitan el desarrollo de la industria láctea. Además, los productores de leche a pequeña escala carecen de las competencias para administrar sus explotaciones como empresas; tienen un acceso limitado a servicios como los de salud animal, mejoramiento genético, formación y crédito; tienen poco o ningún capital para invertir, y se ven obstaculizados por el reducido tamaño de sus rebaños, los bajos rendimientos lecheros (Centro de la industria láctea del Ecuador, 2023)

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2022), afirma que, en los países en desarrollo, la mayor parte de la leche se comercializa a través de canales informales. Esto se debe principalmente a que la mayoría de los consumidores prefieren elaborar ellos mismos la leche mediante prácticas simples como la cocción, en lugar de pagar por el procesamiento y el envasado formal. Como consecuencia, la diferencia entre los precios al productor y los precios al consumidor suele ser menor en el mercado informal.

La empresa ZULACTEOS S.A tiene una sobreproducción de leche, según la administración de la misma, esto conlleva a que se comercialice de manera informal, a bajo costo causando pérdidas para la empresa; ya que al producir quesos se obtendría mayores ganancias, pero el poco consumo local y el desconocimiento de mercados internacionales hace optar por vender la materia prima de manera tradicional.

Por lo mencionado anteriormente se pretende realizar el plan de exportación y comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de la parroquia Angochagua, hacia países Internacionales, por lo que es una herramienta que ayuda a orientar los procesos administrativos de la exportación los cuales son de gran utilidad para la empresa.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son los mercados internacionales para la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de la parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

Los quesos ecuatorianos son apetecidos por consumidores internacionales por su sabor y textura pero la falta de apoyo y estudios de factibilidad hace que algunos no sean exportados en la actualidad son pocas las empresas que exportan quesos a mercados internacionales por otro lado con el aumento de exportaciones de quesos no solo se benefician las empresas productoras de los mismos si no también los ganaderos ya que con el aumento de producción de quesos la leche, no bajará su precio sino más bien aumentará.

Dada la información anterior, el objetivo principal del estudio es descubrir las oportunidades que existen en los mercados internacionales para la venta de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de la parroquia Angochagua, esto ayudará a diversificar y aumentar las exportaciones de este producto.

La empresa cuenta con una base legal sólida en la provincia de Imbabura que se especializa en la producción de queso maduro, queso fresco y yogurt,

además dispone de instalaciones propias y una planta para la elaboración de productos lácteos.

Gracias al aumento del poder adquisitivo de la población en determinados países, el consumo de productos lácteos en el mundo aumentará en promedio del 24% entre 2012 y 2022. De igual forma, las medidas para transformar la base productiva impulsadas por el gobierno de Ecuador apunta a fortalecer la capacidad exportadora, aumentar la productividad y la calidad y promover la innovación, tecnología y la excelencia manufacturera.

El queso cheddar se considera un alimento saludable con varios atributos nutricionales lo cual está segmentado por forma (bloque, desmenuzado y untable), por tipo (natural y procesado), por canal de distribución (supermercado / hipermercado, tiendas de conveniencia, tiendas especializadas, tiendas minoristas en línea y otros canales de distribución) y geografía, siendo Estados Unidos el país con mayor crecimiento (Mordor Intelligence, 2021).

La leche es uno de los productos esenciales en la dieta humana y juega un papel crucial en la lucha contra las enfermedades y la desnutrición, ya que contiene vitaminas (A, B12, D) y minerales (fósforo, potasio, calcio, magnesio, selenio, yodo, zinc)

Por lo tanto, uno de los desafíos que la industria intenta resolver constantemente es resaltar la importancia del consumo adecuado de leche y posicionar este alimento para luchar contra la desnutrición crónica infantil, apoyar el desarrollo de programas sociales y sobre todo reconocer su papel en la economía.

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura afirma, como iniciativa de sostenibilidad, se han formado centro de servicios agropecuarios, siendo esto aspectos que promueven

la aplicación de buenas prácticas ganaderas, lo que permite un control óptimo de las actividades, para el sector agropecuario de la zona y así brinde productos de calidad. (FAO, 2019)

El queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A aspira a destacar en el ámbito internacional por su excelente calidad y el destacado valor nutricional que obtiene gracias a su materia prima y su proceso de producción, el objetivo de explorar nuevas oportunidades en los mercados internacionales, se está llevando a cabo una investigación para identificar posibles destinos donde la empresa pueda exportar sus productos de manera exitosa.

De esta manera, el proyecto beneficiará a la empresa evaluando la factibilidad de exportar su producto y así reforzar la parte financiera y comercial de la misma. Cabe mencionar que el estudio está patrocinado por ZULACTEOS S.A

#### **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

##### 1.4.1. Objetivo General

Identificar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de la parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura.

##### 1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de queso maduro cheddar.

- Identificar el mercado internacional más óptimo para la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de la parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura.
- Realizar un estudio técnico y financiero que permita la comercialización internacional del queso maduro cheddar de la parroquia Angochagua.

#### 1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son los principales mercados internacionales que demandan quesos maduros cheddar?
- ¿Cuál considera que es el mercado óptimo para la comercialización de quesos maduros cheddar?
- ¿Cuáles son los acuerdos comerciales con los que cuenta el Ecuador para la inserción de productos alimentarios procesados?
- ¿Cuáles son los principales países competidores de este producto?
- ¿Cuál es la oferta del producto para la exportación?
- ¿Qué pasos se debe seguir para exportar el queso maduro cheddar?
- ¿Cuáles son los documentos para la exportación de queso maduro cheddar?
- ¿Cuáles son los estándares de calidad que debe de cumplir el queso maduro cheddar para ser exportado y comercializado internacionalmente?
- ¿Cuál es la situación que la empresa tiene tanto financiero como técnico?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En relación con este estudio actual, se considerarán antecedentes de investigación. Este se reconoce como una fuente de consulta para una amplia variedad de artículos de investigación, tesis y revistas vinculados al tema abordado en el estudio:

Tema: "Modelo de negocio que integre una efectiva cadena suministros a fin de permitir la producción y comercialización de queso en la parroquia Baños, ciudad de Cuenca".

Autor: Fanny Marlene Farez Fajardo

Año: 2021

Objetivo de la tesis: el autor se planteó la elaboración de un modelo de negocio que potencialice los recursos de "lácteos baños" en la producción y comercialización de queso en la parroquia Baños de la ciudad de Cuenca. Concluyendo que la industria quesera en Ecuador está creciendo, este estudio muestra que en los últimos años las tendencias de consumo de la población cuencana se han desplazado hacia productos orgánicos y saludables, tendencia creada luego de la epidemia de coronavirus. Esto significa que los principales segmentos del mercado lácteo de quesos curados y mozzarella son jóvenes de entre 18 y 25 años para mozzarella, adultos de entre 26 y 40 años para quesos curados, amas de casa y trabajadores dependientes. Ya que su principal propuesta de valor la encontramos en el precio y sabor de los productos. (Farez, 2021)

Este aporte de la investigación está enfocado en las cuatro dimensiones que propone el autor los cuales son un análisis de la demanda, oferta, segmentación del mercado y la competencia, son puntos importantes para tomar como referencia para el estudio de comercialización internacional del

queso cheddar. La metodología de investigación sirve como guía ya que aplica una encuesta para medir la oferta y demanda, cabe considerar que la población está dentro del país, para la actual investigación la población de estudio son los mercados internacionales lo cual dificulta aplicar este instrumento de investigación, sin embargo, se destaca que es importante investigar los siguientes aspectos que analiza el autor, siendo la segmentación de mercado, la oferta, la competencia, su propuesta de valor y los canales de comunicación con los clientes. Otro aspecto a destacar en la utilidad de la investigación es la presentación de resultados y los análisis estadísticos que aplica, finalmente servirá para el capítulo de discusión en donde se comparan los resultados y metodologías de investigación.

Tema: "Proyecto de exportación de queso maduro desde la corporación COCIHC de la ciudad de Cajabamba Ecuador, hacia la ciudad de Queens – Estados Unidos, En el periodo 2017".

Autor: William Ernesto Pilco Basantes

Año: 2018

Objetivo de la tesis: Pretende diseñar un Proyecto de Exportación de queso maduro hacia la ciudad de Queens - Estados Unidos, para el incremento a nivel de ingreso de la Corporación COCIHC de la ciudad de Cajabamba en el periodo 2017.

En conclusión, actualmente la empresa COCICH dispone de un excedente de materia prima (leche) que se distribuye a otros centros de recogida de leche. Esto provoca beneficios reducidos para los socios, ya que la comercialización de leche sin procesar ni valor añadido no proporciona la rentabilidad esperada. Por ello, se ha llevado a cabo una investigación de mercado que reveló la diversidad de la población de Queens, EE. UU. , con una destacada presencia de asiáticos, africanos, europeos e hispanos. Esta diversidad permite adaptar la aceptación del producto de exportación, en este caso, queso maduro, según los hábitos de consumo, gustos y preferencias del consumidor, que varían de persona a persona, como se mencionó anteriormente. (Pilco, 2018)

La investigación aporta con el modelo que aplica en el plan de exportación del queso, sus fundamentos técnicos sirven para medir la rentabilidad en un estudio financiero a través del TIR y VAN, cabe destacar que la variable de comercialización no solo mide la exportación, al contrario, pretende medir las formas de internacionalización en mercados internacionales. Es fundamental resaltar la metodología de investigación utilizada por el autor, la cual será de gran ayuda, en ella aplica una investigación no experimental, con ella pretende medir el comportamiento de las exportaciones, aplica encuesta como herramienta de investigación, su población son las 500 personas que conforman COCIHC, adicional aplica entrevistas a gerente y jefe de producción, para la actual investigación no se podrá aplicar encuesta porque la población son los mercados internacionales, sin embargo sirve los indicadores que analiza para estudiar el mercado.

Tema: "Estudio de mercado estadounidense para la exportación de queso fresco, caso: Alimentos Todo Rico".

Autor: Diana Paola Machado Loja; Miguel Ángel Faicán Muñoz

Año: 2021

Objetivo de la tesis: Machado Loja & Faicán Muñoz (2021) en su investigación determina que al realizar el estudio de mercado estadounidense para la exportación de quesos frescos.

Al concluir que el mercado estadounidense ya satisface su demanda, se abre la oportunidad de incursionar en el mercado internacional a través de la comercialización de queso fresco por parte de la empresa ecuatoriana "Alimentos todo Rico". La alta producción de leche en Ecuador, siendo la materia prima principal de este producto, posibilita competir adquiriendo queso fresco a precios más bajos sin comprometer la calidad. Esto permite que sea viable desde el punto de vista técnico, económico, financiero y comercial. (Machado Loja & Faicán Muñoz, 2021)

La investigación contribuirá a identificar el proceso de producción de leche en Ecuador, centrándose en su viabilidad técnica y financiera. Su análisis permitirá evaluar la posibilidad de comercializar queso maduro cheddar.

Tema: "Oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de quesos semi maduros de tipo andino y con especias desde la microempresa Saminay "El Legado" del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura"

Autor: Ruano Malquin Yomara Aracely; Suárez Carrillo Lady Mishell

Año: 2022

Objetivo de la tesis: Ruano Malquin & Suárez Carrillo (2022) menciona que: Identifica las oportunidades de mercados internacionales para su comercialización de quesos semimaduros de tipo andino y con especias de la microempresa Saminay "El Legado" ubicada en la Comunidad de San Juan Inguincho, Parroquia de Quichinche, Cantón Otavalo.

La popularidad del queso andino semi maduro con especias está en alza debido al creciente interés en el mercado internacional por su excelente calidad. La pequeña empresa llamada "El legado" en Saminay, asentada en el bello cantón de Otavalo en la provincia de Imbabura, ha sobresalido en la elaboración y distribución de este queso, gracias a sus reconocimientos de excelencia y la incorporación de aromáticas especias para realzar la calidad del producto. En Estados Unidos, un país con una población numerosa que valora los productos saludables y de primera calidad, se abren oportunidades en el mercado para este queso, debido a su excelente reputación y al cumplimiento de los requisitos necesarios. (Ruano Malquin & Suárez Carrillo, 2022)

Esta herramienta es útil para orientarse en el proceso de elaboración de una matriz POR PUNTOS, la cual ayuda a identificar cual es el mercado internacional que ofrece las mejores oportunidades para la comercialización del queso maduro cheddar a nivel global. La investigación sirve de guía en la parte metodológica, los autores aplican fórmula de muestreo finito, considerando a 200 productores de leche el cual pretende determinar la capacidad de producción, por lo cual aplica encuesta y entrevista para medir la oferta, y el estudio de mercado lo realiza con análisis de datos de sitios web, la demanda es de carácter cuantitativa con la información que recopila de fuentes secundarias, finalmente se destaca que la investigación

sirve de guía por su metodología de investigación la cual podría ser aplicada de igual forma para el actual estudio de mercado.

Tema: "Calidad sanitaria de la leche y quesos artesanales elaborados en la provincia de Manabí, Ecuador"

Autor: Rudyard Antonio Arteaga Solórzano, Mabelin Armenteros Amaya, Manuel Colas Chavez, Miguel Pérez Ruano, Rigoberto Fimia Duarte

Año: 2021

Objetivo de la tesis: Arteaga et al (2021), manifiesta que al evaluar la calidad sanitaria de la leche y el queso de elaboración artesanal en productores de la zona norte de la provincia de Manabí.

La clave a tener en cuenta es que la leche y el queso fresco artesanal provienen de cuatro cantones examinados, mostrando que no cumplen con las normas de calidad sanitaria e higiénica. Estos valores exceden los límites microbiológicos establecidos por la legislación nacional, lo cual es relevante en el área de El Carmen. Asimismo, se observa una correlación satisfactoria entre ellos en lo que respecta a los microorganismos indicadores presentes en todos los productos. Arteaga et al. (2021)

La contribución del antecedente fue crucial para revisar la normativa nacional que regula la producción de queso. De no cumplir con los estándares establecidos, no será posible obtener los permisos necesarios para exportar el queso cheddar. Es fundamental conocer las instituciones de control que tiene Ecuador para garantizar la calidad de la producción de queso, lo cual facilitará competir en alguna de las estrategias genéricas de Michael Porter, quizás optando por una estrategia de diferenciación basada en la alta calidad del producto nacional.

Tema: "Staphylococcus aureus en la cadena productiva del queso fresco artesanal".

Autor: Ailin Martínez Vasallo, Ariel Ribot Enríquez, Yamilka Riverón Alemán, Dianys Remón Díaz, Yuneilys Alelí Martínez García, Liesbeth Jacsens, Mieke Uyttendaele

Año: 2019

Objetivo de la tesis: los autores mencionan que al analizar la calidad del queso fresco artesanal a través de la *Staphylococcus aureus* que se puede transmitir a la cadena alimentaria de los productos lácteos.

Para finalizar este trabajo se presenta aspectos relacionados con el proceso de producción de quesos fresco artesanales cubanos, lo que, desde una perspectiva microbiológica, *Staphylococcus aureus* se encontró en concentraciones cercanas a las descritas como suficientes para la producción de enterotoxinas, identificándose genes responsables de la expresión de enterotoxinas en el 68,8% de los aislados. Es necesario implementar buenas prácticas lácteas y buenas prácticas de higiene en el proceso productivo como enfoque primario para la implementación de buenas prácticas productivas que promuevan la inocuidad del queso fresco artesanal. Martínez et al. (2019)

El aporte del antecedente sirvió para aplicar el proceso de la producción del queso que aprovechará la empresa ZULACTEOS S.A., con ello busca los mercados internacionales. La investigación aporta conocimientos técnicos sobre la rigurosidad de las instituciones encargadas de garantizar la calidad de los productos en los mercados internacionales, en este caso de España, posiblemente puede ser un mercado de destino para el producto en estudio, sin embargo, este país puede ser similar a las demás instituciones de control de los países de Europa, todo aquello servirá de guía para el desarrollo y análisis de competitividad.

Tema: "Diversificación de mercados y crecimiento de la exportación".

Autor: Elisa Álvarez López, Rafael Myro

Año: 2018

Objetivo de la tesis: los autores manifiestan que al determinar la influencia que ha ejercido la estructura geográfica de las exportaciones españolas sobre la evolución porcentual que estas representan en el comercio mundial de bienes.

Para finalizar, cabe resaltar el crecimiento en las exportaciones de España, el cual ha sido detallado en este estudio y ha experimentado un significativo progreso en la última década en comparación con otros países de la Unión

Europea, aunque aún se encuentra por debajo de Alemania. Es importante mencionar que en 2003, España registró una cuota de mercado que superó en cuatro décimas al Producto Interno Bruto (PIB) mundial, según el Fondo Monetario Internacional. (Álvarez López & Myro, 2018)

La investigación contribuyó para aplicar el modelo y determinar la diversificación de los mercados internacionales, su metodología se basa en cuotas y flujos comerciales tanto de aceleración y decrecimiento. La investigación permite identificar la producción de queso cheddar, destacando así su crecimiento y diversificado en los mercados internacionales, con ello se puede elegir aquellos mercados para realizar el estudio y medir si son potenciales dependiendo de su valor arancelario y tasa de crecimiento.

Tema: "Dinámica de los pequeños productores de leche en la sierra centro de Ecuador".

Autor: Christian Franco Crespo, Lilian Victoria Morales Carrasco, Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña, Giovanna Alejandra Cuesta Chávez

Año: 2019

Objetivo de la tesis: Crespo et al. (2019) Estos autores mencionan que al analizar la dinámica de los productores de leche de las provincias, Chimborazo, Cotopaxi y Tungurahua.

Para concluir, el objetivo del estudio consistió en analizar la dinámica de los pequeños productores lecheros en tres provincias de la cordillera central de Ecuador: Cotopaxi,

Tungurahua y Chimborazo. Se realizaron encuestas a 793 pequeños productores, cuyos resultados describen las condiciones de la agricultura familiar, centrándose en la producción lechera. La tipología identificada mediante la metodología permitió identificar que las fincas dominantes en la muestra analizada tienen extensiones que van desde 1 hectárea hasta varias hectáreas. En el caso de Tungurahua, se pueden encontrar condiciones más favorables para el crecimiento de la producción lechera a pequeña escala,

teniendo en cuenta los límites de disponibilidad de tierra, tecnología y factores de producción. Crespo et al. (2019)

El aporte del antecedente se utilizó para analizar su impacto económico en las familias que se podrían beneficiar con la comercialización internacional del queso cheddar. El aporte es bibliográfico ya que visualiza el reconocimiento de la producción nacional, destaca las fortalezas y amenazas, adicional se puede destacar el crecimiento de las pequeñas empresas como posibles competidores a nivel nacional, se puede analizar la oferta.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

Este estudio se centra en el análisis de la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo, la teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter y la Nueva teoría del comercio internacional de Paul Krugman, la cual se explica a continuación:

La ventaja comparativa de David Ricardo (Hill, 2020) menciona que:

La ventaja comparativa es conveniente que un país se especialice en los bienes que produce con mayor eficiencia y compre a otros países lo que produce menos eficientemente, aunque esto signifique comprar a otros países bienes que él mismo podría producir con más eficiencia. (pág. 160)

La teoría ayudó a identificar un mercado global en el que podemos intercambiar varios productos sin competir al comprar y vender lo mismo. Esto favorece la aplicación de la teoría de la ventaja comparativa, que propone que cada país se enfoque en producir lo que mejor sabe hacer.

Cuando se trata de la ventaja competitiva de Michael Porter, su objetivo es descubrir por qué algunos países tienen éxito en la competencia internacional y otros fracasan (Hill, 2020) afirma que:

Porter, argumentó que cuatro características nacionales generales determinan el entorno competitivo para las empresas nacionales y que estas características facilitan o inhiben la creación de ventajas competitivas:

- Dotación de factores. El estado de un país en términos de factores de producción, como trabajadores calificados o infraestructura, necesarios para que una industria pueda competir.
- Condiciones de la demanda. Características de la demanda interna de un producto o servicio.
- Sectores afines y de apoyo. falta de proveedores, empresas relacionadas internacionalmente competitivas.
- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Las condiciones que rigen cómo se forman, organizan y gestionan las empresas y la naturaleza de la competencia nacional. (pág. 174)

La teoría sirvió para determinar la competitividad del mercado internacional, ya que las empresas compiten en calidad, cantidad y precio, desde este punto de partida se pretende identificar si la empresa ZULACTEOS S.A. Puedo o no competir en cualquiera de las tres estrategias genéricas de Michael Porter.

La nueva teoría del Comercio Internacional de Paul Krugman. Hill (2020) indica:

Un país puede dominar la exportación de un bien solo porque una o más de sus empresas lo produjeron primero. Cuando alcanzan economías de escala, los pioneros en algunos sectores económicos cierran el mercado mundial, impidiendo que otros entren en él. La capacidad del primero en actuar para aprovechar mayores rendimientos eleva la barrera de entrada. (pág. 172)

La teoría de Paul Krugman aportó a la investigación en identificar fortalezas de asociación para producir en mayor cantidad el queso maduro cheddar y minimizar su costo de producción para ello se requiere mayor inversión el cual

posiblemente no dispone ZULACTEOS S.A que se ubicada en la provincia de Imbabura, parroquia Angochagua, aprovechar la teoría significa globalizar la empresa y abaratar costos de algún material o insumo que involucre para la producción, su rendimiento puede elevar las posibilidades de competir en un liderazgo en precios en los mercados internacionales.

### **Globalización**

Se trata de un proceso histórico que facilitó la integración de los países a través del intercambio comercial y la inversión en bienes y servicios. Las empresas se benefician de la globalización al expandir las exportaciones internacionales de sus productos, lo que conduce a una mayor innovación en la creación de productos a precios competitivos a medida que aumenta la competencia en el mercado. (Imaginario, 2020)

### **Oportunidades de mercados internacionales**

La internacionalización de una empresa implica expandir y diversificar sus actividades, ya que brinda la posibilidad de acceder a mejores oportunidades de crecimiento, lo que se traduce en un incremento de ingresos, reducción de costos, mayor competencia y la adquisición de nuevas habilidades. No obstante, es importante señalar que algunas compañías no han logrado ingresar al mercado internacional mediante los métodos mencionados. (Giraldo, 2019)

### **Competencia**

Los países con un sistema de desarrollo de competencia al servicio de actividades comerciales y así mejorar la posición competitiva del país en la economía global. Tienen que desarrollar habilidades tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo mientras buscan adaptarse y encontrar oportunidades en una economía global que está experimentando cambios profundos impulsados por el cambio político y las fuerzas de la integración comercial y el desarrollo tecnológico. (Organización Internacional del Trabajo, 2020)

## **Demanda**

Es la cantidad de un bien o un servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado durante un periodo de tiempo. Lo cual depende de factores como el precio del bien, el ingreso del consumidor, las preferencias y los precios de bienes sustitutos o complementarios. (Peiro, 2024)

## **Mercado**

“Un mercado es un proceso que funciona cuando hay personas que actúan como compradores de bienes, servicios y otras como vendedores, creando una actividad de intercambio”. (Quiroa, 2019)

## **Oferta**

La oferta se puede definir como la cantidad de bienes o servicios que diferentes organizaciones, empresas o individuos tienen la oportunidad y el deseo de vender en el mercado en un momento y lugar específico por un valor monetario específico para satisfacer deseos o necesidades. (Editorial Etecé, 2021)

## **Comercialización**

La sencilla comercialización de bienes y servicios por medio de intercambios compensados ha evolucionado en diversas actividades que se clasifican en cinco categorías: trueque, compra mutua, compra de compensación, comercio con terceros y compra o compensación a cambio. Muchos intercambios compensados implican no sólo un acuerdo sino elementos de dos o más tipos de convenios. (Hill, 2020, pág. 524)

## **Competitividad**

Es la cantidad que necesita una empresa para satisfacer la demanda insatisfecha de un mercado determinado, las empresas están tratando

de obtener más producción a menores costos. Sin embargo, la competitividad se puede lograr de diferentes formas, por ejemplo: calidad, cantidad, precios, marca, modelos, etc. Las empresas que ingresan o se establecen en el mercado buscan ventajas sobre sus competidores para mantener su participación. (Roldán P. , 2020)

### **Estudio técnico, financiero**

“Consiste en el análisis de las técnicas de producción, en la ubicación de la empresa, maquinaria, infraestructura lo que permite identificar el proceso productivo y así ahorrando tiempo y costos y con eso determinando la rentabilidad del proyecto”.

Con la investigación financiera los gerentes o líderes de empresas pueden identificar la rentabilidad del negocio, cada vez que quieran un nuevo proyecto para su actividad económica lo cual se debe identificar el nivel de inversión a utilizar y saber cuáles son los costos de producción, costos administrativos, el nivel de producción, costos operativos.

### **Estudio de mercado**

La investigación de mercado es un conjunto de actividades de organizaciones destinadas a obtener información sobre el estado actual de un determinado segmento de mercado. Su finalidad es conocer en profundidad qué tipo de mercado es más óptimo y así poder conquistar y también su nivel de rentabilidad. (Silva, 2023)

### **Economía**

“La economía estudia formas de organizar y distribuir los bienes escasos que toda sociedad necesita y por tanto produce o adquiere mediante diversas estrategias para satisfacer la mayor demanda es decir cantidad limitada de activos tangibles o intangibles”. (Editorial Etecé, 2023)

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

##### 3.1.1. Enfoque

El análisis cuantitativo y cualitativo describe las características y lo cual darán un espacio para las herramientas de investigación para poder cuantificar la oferta que existe en la empresa ZULACTEOS S.A y la demanda en otro país.

##### **Enfoque Cuantitativo**

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2020). Afirma:

Un enfoque cuantitativo utiliza la recopilación de datos para probar hipótesis, basadas en mediciones numéricas y análisis estadístico para identificar pautas de comportamiento y probar teorías.

Los métodos cuantitativos (que, como decimos, representan un conjunto de procesos) son continuos y dirigidos. Cada paso lleva al siguiente, no podemos “saltarnos ni evitar” pasos, el orden es estricto, aunque por supuesto podemos redefinir algunos pasos. Comienza con una idea, luego la reduce y, después de definirla, deriva objetivos y preguntas de investigación, revisa la literatura y forma un marco o perspectiva teórica. A partir del problema se formulan hipótesis y se identifican variables; Las mediciones obtenidas se analizan (principalmente mediante métodos estadísticos) y de ellas se extraen diversas conclusiones. (pág. 4)

Las herramientas estadísticas examinan oferta y demanda de los datos de exportación utilizando un enfoque deductivo para hacer predicciones que compruebe la hipótesis y prueben su comportamiento. Mide las variables y determina la población en función del tipo de muestra con un documento

validado como una entrevista estructurada. Por lo que este enfoque nos va ayudar a recolectar datos estadísticos e históricos con herramientas de Trade map, Data sur, y el Banco Central del Ecuador, y así conocer la oferta, demanda que los países tienen y cuales realizan mayor exportación e importación de queso maduro, lo cual podemos saber y así poder comercializar el producto cumpliendo con los requerimientos internacionales.

### **Enfoque Cualitativo**

Se utiliza un enfoque cualitativo para recopilar datos sin medición numérica para encontrar o aclarar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Hernández et al. (2020). Menciona:

Un enfoque cualitativo, puede desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recopilación y el análisis de datos. El propósito de estas actividades suele ser identificar primero las preguntas de investigación más importantes y sólo después explicarlas o responderlas. La investigación se mueve dinámicamente en ambas direcciones: entre los hechos y su interpretación, lo que conduce a un proceso un tanto “circular”, y el orden no es siempre el mismo, varía según la investigación. (pág. 7)

Con el objetivo de llevar a cabo la investigación, se optó por emplear un enfoque cualitativo, en el que se recopilan datos precisos a partir de fuentes secundarias para comprender las características, gustos y preferencias de los clientes, con el fin de satisfacer al consumidor mediante entrevistas en la empresa.

#### **3.1.2. Tipo de Investigación**

Teniendo en cuenta la extensión de la revisión bibliográfica y la óptica del proyecto de investigación, se integran los componentes de la investigación

para cuantificar conceptos y delimitar variables de acuerdo a los objetivos establecidos.

### **Investigación descriptiva**

Su finalidad es definir las características, y rasgos esenciales de cualquier fenómeno de análisis. Describir tendencias en un grupo o población. Hernández et al. (2020). Menciona:

El propósito de la investigación descriptiva es especificar las características y perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos u otros fenómenos analizados. Es decir, solo pretenden medir o recopilar información de forma independiente o junto con los conceptos o variables con lo que se relacionan, es decir no están destinadas a mostrar cómo se relacionan. (pág. 80)

Esta investigación detalla las particularidades del producto y del mercado que adquiere este alimento, cuya información se recopila de fuentes secundarias con el propósito de comprender la estrategia de comercialización a nivel internacional. Además, identificamos la demanda en los ámbitos económico, político, social y cultural, así como gustos, preferencias de los consumidores. También, evaluamos la oferta de ZULACTEOS S. A., incluyendo aspectos tecnológicos, precios, nivel de productividad, con el objetivo de determinar el grado de competencia en el mercado.

### **Investigación analítica**

La investigación analítica es un tipo especial que requiere el uso del pensamiento crítico y la evaluación de datos e información relacionados con el proyecto en cuestión. El objetivo de los estudios analíticos es conocer las razones y mecanismos que apoyan el desarrollo de un déficit comercial durante un determinado periodo de tiempo. (Ortega, 2023)

Se utilizará para analizar el estudio de mercado en la selección de países, se basa en un conocimiento lógico y razonamiento para el uso de fuentes secundarias que proporcionan informaciones estadísticas sobre la demanda del queso cheddar, lo cual permite definir nuevos mercados internacionales que Ecuador aún no apertura o podría ser países que ya mantiene una relación comercial y su aporte es dinamizar las exportaciones del país.

### **Investigación exploratoria**

Se aplica cuando el objetivo es estudiar la materia poco estudiada. Hernández et al. (2020). Afirma:

La investigación exploratoria se lleva a cabo cuando el objetivo es abordar un tema no estudiado o un problema de investigación sobre el cual existen muchas dudas o que no se ha discutido antes. En otras palabras, cuando de la revisión de la literatura quedó claro que el problema investigativo solo está vagamente relacionado con pautas e ideas inexploradas, o existe el deseo de explorar temas y campos desde nuevas perspectivas. (pág. 79)

Para llevar a cabo nuestra investigación exploratoria, hemos llevado a cabo una entrevista y hemos completado una ficha de observación con la colaboración de ZULACTEOS S. A. A través de este proceso, hemos obtenido un profundo conocimiento de la situación interna y externa de la empresa, con términos de producción y precios. Esta estrategia nos ha permitido identificar las características, fortalezas, debilidades y oportunidades de la empresa, así como comprender dónde realiza la comercialización y cuál es su propuesta de valor agregado para sus productos. Gracias a este exhaustivo análisis, hemos logrado obtener información valiosa sobre su posición competitiva en el mercado.

### **3.2. IDEA A DEFENDER**

Las oportunidades de mercados internacionales inciden en la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A.

### **3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

*Tabla 1 Variable independiente*

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica	Instrumento	Informante
<b>Variable independiente: Oportunidades Mercados internacionales</b>	Oferta	Oferta Internacional	¿Cuáles son los países que comercializan internacionalmente el queso cheddar?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	The Global Economy, Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro, Banco Mundial SICE y World Economic forum, Data Sur
		Factores socioeconómicos	¿Cuál es la situación socioeconómica de cada país de estudio?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	
		Factores políticos	¿Cuál es la situación política de cada país de estudio?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	
	Mercado	Factores legales	¿Cuáles son las condiciones legales para vender queso cheddar	Análisis documental	Ficha Linkográfica	
		Factores Tecnológicos	¿Cuál es el avance tecnológico de los países?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	
		Factores geográficos	¿Cuáles son las condiciones geográficas de los países en estudio?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	
	Demanda	Demanda Internacional	¿Cuáles son los países que importan queso cheddar?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	
	Competencia	Producción nacional	¿Cuál es la demanda insatisfecha?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	

**Nota:** La autora

**Tabla 2** Variable dependiente

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica	Instrumento	Informante
<b>Variable Dependiente: Comercialización</b>	Economía	Precio del producto	¿Cuál es el precio del producto en el mercado de destino?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	Trade Map
	Estudio de mercado	Demanda insatisfecha	¿Cuál es la cantidad de consumo de queso cheddar?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	Trade Map
	Estudio técnico, financiero	Factibilidad	¿Cuánto es el valor de la inversión inicial?	La observación	Ficha de observación	Empresa ZULACTEOS S.A.
	Competitividad	Ciclo de vida del producto	¿Cuál es la tendencia de consumo del producto?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	Trade Map

**Nota:** La autora

### **3.4. MÉTODOS UTILIZADOS**

#### **Método deductivo**

Hernández et al. (2020). Menciona que el enfoque deductivo-cuantitativo, las hipótesis se comparan con la realidad, la cual es aceptada o rechazada en un contexto determinado. (pág. 114) Este enfoque utiliza la lógica o el razonamiento deductivo que comienza con una teoría y deriva de ella enunciados lógicos llamados “hipótesis” que el investigador intenta probar. (pág. 6)

El método deductivo cuantitativo es de carácter numérico, las variables que se pretende investigar son, valor de importación en dólares, cantidad en kilogramos de importación, número de empresas que exportan, número de agentes de carga que participan en el mercado seleccionado por la matriz POR PUNTOS y por último el valor arancelario que este mercado internacional cobra por la nacionalización del producto en estudio.

### **3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

Las técnicas de estudio aplicar son de fuente secundaria, es decir la recolección de datos estadísticos a través de DATA SUR, Trade Map y OMC, el primero es un portal web pagado, sin embargo, la Universidad Politécnica Estatal del Carchi brinda este servicio web de forma gratuita a todos los estudiantes, por ello no es necesario adquirirlo, las demás plataformas son gratuitas y se puede obtener información de importación, exportación, derechos arancelarios, las herramientas de investigación aplicar es la ficha linkográfica y la ficha de observación, con la ficha linkográfica se utiliza para recolectar información estadística de los sitios web antes mencionados, para la ficha de observación se aplica a la empresa en estudio para analizar sus proceso de producción de queso cheddar.

En síntesis, se destacan herramientas de investigación como es ficha linkográfica y la ficha de observación, la técnica de investigación es el análisis estadístico y la observación, el análisis estadístico tendrá una fuente secundaria con los sitios web antes mencionados y la observación será de fuente primaria recolectando información de la empresa ZULACTEOS S.A.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. RESULTADOS

Entrevista llevada a cabo con el propietario de la empresa ZULACTEOS S.A.

#### **Pregunta 1. ¿En qué año se fundó la empresa?**

La empresa fue establecida en 2014, la creamos junto con mi esposa e hijos y desde ahí tiene actividad en el mercado local en Zuleta donde yo vivo y referencia donde yo vivo tiene el nombre de ZULACTEOS, comencé con la elaboración de queso y la venta de leche al consumidor local.

#### **Pregunta 2. ¿Cómo es la estructura organizacional de la empresa?**

Está conformada por 7 personas que están a la cabeza de la empresa las cuales son:

Presidente: Franklin Aguilar

Secretaria: Ana Chicaiza

Contadora

Operarios: 4

#### **Pregunta 3. ¿Cuántos trabajadores tienen por área de trabajo?**

Tengo 7 personas por área de trabajo, en gerencia, en producción es donde más tengo ya que me ayudan a realizar el queso, el yogurt que también hago.

#### **Pregunta 4. ¿Cuál es la frecuencia de venta diario? ¿Semanal, mensual de acuerdo a la presentación?**

Detalle

Frecuencia

Diario

La de 500 gramos se vende más

Semanal

Mensual

#### **Pregunta 5. ¿Cuál es la presentación del queso maduro cheddar que vende en mayor cantidad? (seleccionar solo uno)**

100 gr

200 gr

300 gr

400 gr

500 gr

1000 gr

**Pregunta 6. ¿Cómo es el proceso de producción del queso maduro cheddar?**

Empezamos en la recepción de la leche pasando por tratamientos de descontaminación para eliminar microbios que puedan afectar la producción y en si la salud del cliente, seguido a esto se procede a la separación del suero utilizando ácidos lácticos y cuajo, cuando la coagulación haya terminado, la cuajada posteriormente será cortada con cuchillos en la tina de pasteurización, a continuación se procede con el desuerado de la cuajada después del desuerado se lleva a una tina para poder ponerle madurativo para que tenga la textura de queso maduro entre más madurativo se ponga el queso madura más rápido teniendo esa consistencia de queso maduro cheddar después se lleva a los moldes y se procede al salado del queso se pone salmuera donde ayuda a mantener el tiempo y la conservación para que no se dañe por el madurativo, termina todo el proceso y se lleva al empacado al vacío ya que es recomendable para el producto tenga más tiempo de duración.

**Pregunta 7. ¿Cuáles son los costos de producción del queso maduro cheddar?**

El costo de producción no le puedo ayudar detalladamente ya que varían no a cada rato pero en la leche si varía ya que yo compro la leche a 0,49 centavos a los pequeños lecheros de la comunidad.

**Pregunta 8. ¿Ha exportado el queso maduro cheddar?**

Si  No

**Pregunta 9. ¿Cuál es la cantidad de producción durante los últimos cinco años? (Los datos deben ser de la presentación de queso maduro cheddar que vende en mayor cantidad)**

La verdad no le puedo detallar cual es la cantidad de producción que llevó del queso pero la presentación que más vendo es el de 500 gramos, ya que he tenido bajas y altas y no llevo una contabilidad exacta del producto.

**Pregunta 10. ¿Cuál es el precio durante los últimos cinco años? (Los datos deben ser de la presentación de queso maduro cheddar que vende en mayor cantidad)**

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Precio unitario 500 gramos	2,10	2,10	2,20	2,20	2,40

**Pregunta 11. ¿Qué considera que le hace falta a su producto para poder exportarlo?**

No le podría decir que le hace falta a mi producto. Porque para poder exportarlo necesito de mucha experiencia en quesos y conocer más a los consumidores, pero creo que me haría falta más calidad y técnica en el queso para poder exportar.

**Pregunta 12. ¿Conoce sobre normas y requisitos técnicos para la producción?**

Si conozco las normas y los requisitos que se necesitan para elaborar los quesos, he seguido a línea cada uno de estos que pide para su elaboración.

**Pregunta 13. ¿Conoce sobre normas de registros sanitario y etiquetado?**

Si conozco sobre estas normas de registro sanitario y el etiquetado que debe de tener los productos que elaboro porque no solo hago quesos si no también yogurt, pero me hace falta técnica o quizá aprender más estar al día en esto.

**Pregunta 14. ¿Cuáles son sus consumidores?**

Mis mayores consumidores son los de mi comunidad de Zuleta, ellos son los que llegan a la fábrica a comprar queso y yogurt también, las comunidades que me rodean y a las personas que comercializan este producto y en los feriados las personas que llegan de otro lugar.

**Pregunta 15. ¿Cuál es su competencia?**

Mi competencia es dentro de mi comunidad y también fuera, es decir dentro de mi comunidad las personas que realizan los quesos de manera artesanal o en casa y de fuera de mi comunidad ya vienen las empresas que también producen queso en especial a nivel Imbabura.

**Pregunta 16. ¿Cuál es la cantidad que comercializa a nivel nacional del queso maduro cheddar?**

Detalladamente no le puedo ayudar con la información, ya que no llevo una contabilidad exacta de cuantos queso comercializó ya que a nivel nacional

no, pero sí a nivel local lo que es Imbabura unos sectores como Zuleta, San Pablo, Araque, Angla, etc. Estas son donde más vendo queso.

**Pregunta 17. ¿Conoce sobre las certificaciones internacionales?**

La verdad no he consultado y no se sobre las certificaciones internacionales ya que no he tenido un enfoque de que mi producto salga del país porque sé que le hace falta mucho para eso, pero si en un futuro se da y puedo sacar mi producto fuera del país sería un gran sueño.

La empresa ZULACTEOS S. A. En la parroquia Angochagua, en la Provincia de Imbabura, se está estudiando el queso maduro cheddar con la intención de llevarlo al mercado. Esto nos ha permitido identificar oportunidades en el ámbito internacional y avanzar hacia nuestro segundo objetivo, que consiste en encontrar el mercado ideal para exportar este delicioso queso cheddar maduro. Dando así el desarrollo de la variable donde se estudian algunos aspectos permitiendo un mejor desarrollo para la elección del país como oportunidad en la comercialización de queso maduro cheddar, que se determinará por medio de la Matriz Evaluación por Puntos.

4.1.1. Clasificación arancelaria

**Tabla 3** *Clasificación Queso maduro cheddar*

<b>NANDINA</b>	<b>Código</b>	<b>Descripción mercancía</b>
<b>Sección</b>	I	Animales vivos y productos del reino animal.
<b>Capítulo</b>	04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte. (Comité de Comercio Exterior (COMEX), 2023)
<b>Partida</b>	04.06	Quesos y requesón.
<b>Subpartida</b>	0406.90.90.00	Las demás...

**Nota:** Comité de Comercio Exterior, (2023)

La tabla muestra la clasificación del queso maduro cheddar, que será evaluar según las reglas generales de interpretación arancelaria, específicamente la primera y la sexta regla, en relación con la sección 1 de la resolución 02 del COMEX (2023), El código arancelario del Sistema Armonizado correspondiente es 0406.90. Obtenemos una lista con los diez países importadores más importantes, de los cuales seleccionamos los tres principales para presentar la información en la tabla que se muestra a continuación.

#### 4.1.2. Estudio de mercado

Al investigar información de fuentes primarias y secundarias, identificamos tres países que importan queso maduro cheddar. Para ello, usaremos la herramienta Trade Map para seleccionar los países que se analizarán datos económicos, políticos, sociales, tecnológicos y geográficos. Esto posibilita seleccionar el mercado internacional ideal para comercializar el queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S. A. Ubicada en la parroquia Angochagua, en la Provincia de Imbabura.

##### 4.1.2.1. Top 10 de los principales países importadores con la subpartida 040690

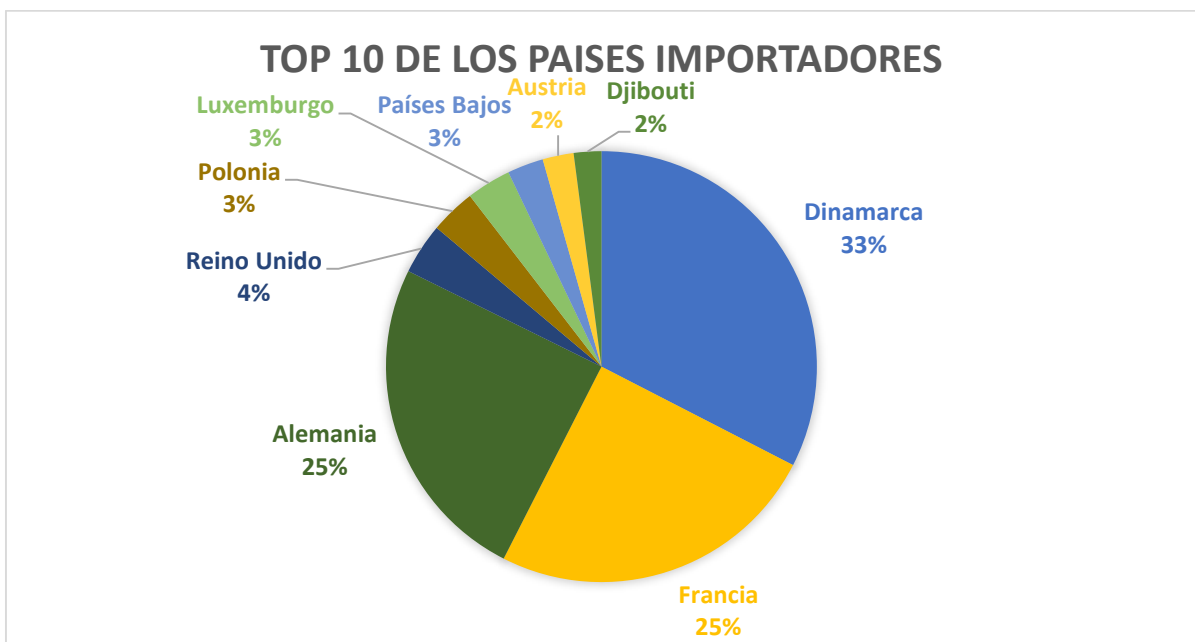
**Tabla 4** Top 10 de los países importadores

Países	2019	2020	2021	2022	2023	Participación	Crecimiento
<b>Alemania</b>	13.945	14.499	14.160	12.991	12.263	14%	-3%
<b>Estados Unidos</b>	4.250	3.533	3.850	4.114	3.752	4%	-2%
<b>España</b>	7.995	8.811	9.285	11.127	7.950	9%	2%
<b>Bélgica</b>	2.476	2.506	3.153	3.247	3.305	4%	8%
<b>Italia</b>	2.327	2.242	2.726	2.755	2.842	3%	6%
<b>Suecia</b>	2.824	2.517	2.461	2.168	2.036	2%	-8%

<b>Australia</b>	2.046	2.136	2.321	2.089	2.023	2%	-1%
<b>Austria</b>	2.121	1.994	1.917	2.006	1.998	2%	-6%
<b>Suiza</b>	1.862	2.016	2.072	1.907	1.841	2%	-1%
<b>Luxemburgo</b>	814	586	1.103	1.960	1.818	2%	0%
<b>Resto del mundo</b>	32.492	31.322	34.353	32.741	31.370	37%	-1%
<b>Total</b>	83.190	85.813	92.425	91.697	84.948	100%	

**Nota:** Trade Map (2023).

**Ilustración 1** Top 10 de los países importadores



**Nota:** La autora

La tabla muestra datos obtenidos de Trade Map (2023), presenta la lista de los 10 países que consumen queso maduro cheddar en el periodo del 2019 – 2023, con una participación cada uno dando así con un 14% es Alemania pero ha tenido un decrecimiento del -3% de este producto, siguiendo con Estados Unidos con una participación de 4% y también con un decrecimiento de -2%, España con 9% de participación y un crecimiento del 2%, Bélgica con 4% y un crecimiento de 8%, Italia con participación de 3% y un crecimiento de 6%, Suecia con 2% y un decrecimiento del -8%, Australia con un 2% y un decrecimiento del -1%, Austria con un 2% y un -6% de decrecimiento de importaciones, Suiza con 2% un decrecimiento del -1%, siguiendo de

Luxemburgo con una participación de 2% y no ha tenido crecimiento en los últimos cinco años y por ultimo tenemos al resto del mundo con una participación del 37% pero también ha decrecido en los últimos años con un -1%, estos son los países que más importan y lo cual se va analizar los diferentes factores externos, observando la gráfica Alemania se destaca como la opción más conveniente, no obstante se requiere un estudio detallado para elegir el mercado internacional ideal.

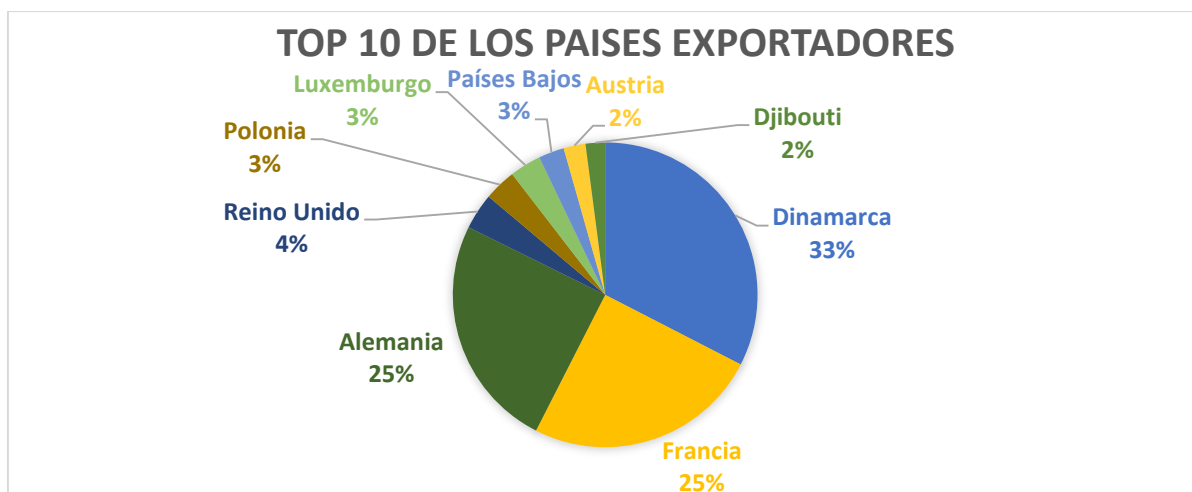
#### 4.1.2.2. Top 10 de los países exportadores con la subpartida 040690

**Tabla 5** Principales países exportadores

Países	2019	2020	2021	2022	2023	Participación	Crecimiento
<b>Italia</b>	25.73 9	26.49 2	28.46 6	27.884		34%	2%
<b>Dinamarca</b>	19.90 4	17.73 3	18.66 0	16.905	16.23 0	20%	-5%
<b>Francia</b>	13.53 8	12.39 5	12.97 0	12.748	12.43 5	15%	-2%
<b>Alemania</b>	14.44 2	13.09 9	13.33 1	13.029	12.36 9	15%	-4%
<b>Reino Unido</b>	2.228	1.653	2.519	2.143	1.909	2%	0%
<b>Polonia</b>	1.388	1.455	1.907	1.429	1.700	2%	7%
<b>Luxemburgo</b>	721	460	911	1.955	1.667	2%	40%
<b>Países Bajos</b>	1.419	1.228	1.543	1.532	1.351	2%	0%
<b>Austria</b>	541	770	940	813	1.162	1%	23%
<b>Djibouti</b>	1.199	914	1.078	1.220	1.030	1%	-2%
<b>Resto del mundo</b>	5.108	5.229	5.581	4.901	4.715	6%	-2%
<b>Total</b>	86.22 7	81.42 8	87.90 6	84.559	82.72 3		

**Nota:** Trade Map, (2023).

**Ilustración 2** Top 10 de los países exportadores



**Nota:** La autora

En el cuadro presentado se examina el ranking de los 10 principales países exportadores de queso maduro cheddar a nivel mundial, también se puede determinar el valor de exportación de cada país los tres principales exportadores son: Italia, Dinamarca y Francia, pero a continuación se presenta la participación de cada país es decir Italia cuenta con 34% y un crecimiento del 2%, pero cabe recalcar que en el 2023 no ha tenido exportación de este producto, Dinamarca con el 20% y ha tenido un decrecimiento del -5% en los últimos cinco años desde el 2019 a 2023 y Francia con una participación del 15% pero también ha tenido un decrecimiento del -2% de ahí se da a continuación los demás países con su participación y crecimiento o decrecimiento de cada uno de ellos dando esto que el país que más ha crecido es Luxemburgo con el 40% en los últimos años siguiendo de Austria con el 23% de crecimiento de queso y el país que no ha tenido ni crecimiento ni decrecimiento en los últimos años es Reino Unido con un valor del 0%.

**4.1.2.3. Ecuador y sus exportaciones de la subpartida 040690**

**Tabla 6** Ecuador y sus exportaciones

País	2019	2020	2021	2022	2023
Estados Unidos	254	275	308	394	457

**Nota:** Trade Map, (2023).

A continuación se muestran las exportaciones que Ecuador ha realizado, con la partida arancelaria 040690 que hace referencia a los demás en donde se especifica que es queso cheddar madurado, en los últimos cinco años desde el 2019 – 2023, lo que respecta que sólo ha exportado a un solo país que es Estados Unidos de América con un valor de 254 toneladas en el 2019, en el 2020 con 275 toneladas, en el 2021 con un valor de 308 toneladas, en el 2022 con 394 toneladas y en el 2023 con 457 toneladas eso quiere decir que cada año su exportación a este país ha ido en aumento durante los cinco años, con esto se demuestra que Estados Unidos es una buena opción para exportar el producto en estudio.

#### 4.1.3. Análisis situacional externo

Para analizar la situación externa y elegir el mejor mercado para exportar, se considera en la investigación los tres países como Alemania, Estados Unidos, España al ser los países que tienen más importaciones de queso maduro cheddar. Lo que también esto conlleva al análisis de los indicadores políticos, sociales, económicos, legales y culturales lo cual permitirán conocer la postura de estos países y así poder seleccionar la oportunidad de mercado más óptimo para la exportación, en donde se analizará mediante la matriz de evaluación por puntos para identificar los factores y diagnosticar el mercado potencial en la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A.

**Tabla 7** Oportunidades de mercados internacionales

Alemania	Estados Unidos	España
		

**Nota:** Google imágenes (2024).

#### 4.1.3.1. Factores Socioeconómicos

A continuación, se indican los factores económicos correspondientes a los tres países seleccionados para desarrollar la matriz de evaluación por puntos, lo que permitirá tener una valoración estadística particular y comparativa, sobre la situación financiera que se ha estimado de los tres países.

**Tabla 8** Indicadores socioeconómicos de los países de estudio

INDICADORES	ALEMANIA	EE.UU	ESPAÑA
<b>Pib</b>	4.185.550M€	6.247.344M€	1.461.889M€
<b>Pib Per cápita</b>	1.052.400M€	75.866 €	30.320 EUROS
<b>Inflación</b>	5,9 %	3,0 %	3,1 %
<b>Tasa de interés</b>	4,5 %	5,25 %	3,25 %
<b>Riesgo país</b>	-153	153 PUNTOS	-71
<b>Doing business</b>	24º	8º	31º
<b>Balanza comercial</b>	223.589,5 M€	-196.380 M	47.107,6 M

**Nota:** Datosmacro, Statista, Banco de España, (2023).



De acuerdo, a la tabla presentada podemos decir que en el Pib entre los tres países presentados tenemos a Estados Unidos como mejor con un valor de 6.247.344 millones de euros, en el segundo indicador tenemos un valor de 75.866 euros que Estados Unidos tiene capacidad de consumo para la comercialización del producto al mercado internacional. En el tercer indicador obtenemos que Alemania tiene más estabilidad en la variación de los precios con 5,9%. En el cuarto indicador se refiere a que España tiene menor tasa de interés con un 3,25%. En el quinto indicador hace referencia a que Alemania es el mejor puntaje con -153 puntos para poder comercializar el queso maduro cheddar. El sexto indicador hace referencia que Estados Unidos es considerado el más apto para hacer negocios con el 8º puesto en doing business. Y por último tenemos el séptimo indicador y el que tiene mejor balanza comercial de productos y servicios es Alemania con 223.589,5 millones

de euros, eso quiere decir que su valor de exportaciones es superior a la de las importaciones y tiene un superávit comercial. Que al contrario de Estados Unidos tiene un -196.380 millones lo que hace referencia que su valor de las importaciones es superior al de las exportaciones.

#### 4.1.3.2. Factores políticos

Una vez, determinado los factores económicos se va a realizar los siguientes factores que son los políticos los que son encargados en definir el grado en que se puede influir en la economía y así pudiendo imponer un nuevo arancel lo cual puede ser que afecte o favorezca, también se analiza el proceso político o la forma en que un gobierno interviene en su economía de su país.

**Tabla 9** Indicadores políticos de los países de estudio

PAÍS	ALEMANIA	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA
			
<b>ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES</b>	Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea (Acuerdo Comercial con los países de EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio))	Acuerdos multilaterales – miembros OMC (Arancel NMF nación más favorecida)	Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea (Arancel NMF nación más favorecida) (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2022)

**Nota:** Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, (2022).

Con respecto a la tabla, se detalla los tres países donde Alemania y España cuentan con el acuerdo bilateral con Ecuador, ya que pertenecen a la Unión Europea, cabe mencionar que el otro país no tienen un acuerdo comercial específico, es decir se obtiene ventaja gracias a la cláusula de la nación más favorecida, esto se debe a que son países desarrollados y Ecuador no lo es, teniendo en cuenta también que la cláusula de la NMF tiene ventajas para el producto en estudio.

#### 4.1.3.3. Factores demográficos

Una vez, determinado los factores políticos se va a realizar los siguientes factores que son los demográficos los que son encargados en definir cuál es la población económicamente activa, su tasa de natalidad, tasa de mortalidad, salario mínimo, esperanza de vida de cada país.

**Tabla 10** Indicadores demográficos de los países de estudio

INDICADORES	ALEMANIA	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA
<b>Población económicamente activa</b>	472.000	150.449.000	21.684.700
<b>Tasa de natalidad</b>	8,3%	11%	6,7%
<b>Tasa de mortalidad</b>	1.027.916	3.268.594	463.101
<b>Salario mínimo</b>	1.528€	1.158€	1.134€
<b>Esperanza en vida</b>	81 años	77 años	84 años

**Nota:** Datosmacro, (2023)

La tabla detalla los datos demográficos de los tres países en análisis, revelando los siguientes indicadores. En cuanto a la población económicamente activa, destaca Estados Unidos con un total de 150.449.000 personas, liderando en

este aspecto. Respecto a la tasa de natalidad, Estados Unidos registra un 11%, mientras que en cuanto a la tasa de mortalidad, nuevamente se sitúa en lo más alto con 3.268.594 personas. En lo que respecta al salario mínimo de los tres países, Alemania ostenta el valor más elevado con 1.528 euros. Por último, en cuanto a la esperanza de vida, España se sitúa en la primera posición con una media de 84 años.

#### 4.1.3.4. Factores legales

Después de haber identificado los factores demográficos, procederemos a analizar los aspectos legales, donde se investigan las barreras arancelarias y no arancelarias en los tres países de estudio.

#### 4.1.3.5. Barreras arancelarias

**Tabla 11** Indicadores legales - barreras arancelarias de los países de estudio

PARTIDA	TRIBUTOS		
	AD-VALOREN	LIBERACIÓN	IVA
<b>ARANCELARIA 0406.40</b>			
<b>ALEMANIA</b>	140.9 EUR/100 kg 0%	Varía de acuerdo con el producto	0%
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	15%	Varía de acuerdo con el producto	15%
<b>ESPAÑA</b>	140.9 EUR/100 kg 0%	Varía de acuerdo con el producto	0%

**Nota:** ITC (mapa de acceso al mercado), (2023).

El análisis presentado en el cuadro se centra en las barreras aduaneras en los tres países examinados. Vale la pena señalar que el IVA en los EE. UU. llega al 15%, mientras que los otros dos países tienen un IVA del 0%. Al igual que

Alemania y España, Ecuador disfruta de aranceles preferenciales, es decir, privilegios, gracias al actual acuerdo de libre comercio entre los dos países. Porque forman parte del acuerdo comercial multilateral con la UE. Por lo tanto, uno de estos dos países puede ser la opción más conveniente para realizar un estudio de caso.

#### 4.1.3.6. Barreras no arancelarias

**Tabla 12** Indicadores legales - barreras no arancelarias de los países de estudio

PAÍSES	CRITERIOS
ALEMANIA	<b>Medidas sanitarias y fitosanitarias</b>
	La Comunidad Europea (CE) tiene regulaciones específicas para los productos lácteos para asegurar la seguridad alimentaria y la salud de seres humanos, animales y plantas.
	Reglamento (CE) nº 853/2004: Establece requisitos para la higiene de los productos lácteos.
ESTADOS UNIDOS	Reglamento (CE) nº 1107/2009: Regula la comercialización de productos fitosanitarios en la producción láctea.
	FDA - Reglamento 21 CFR 131: Establece requisitos para la producción, procesamiento y etiquetado de productos lácteos.
ESPAÑA	La Comunidad Europea (CE) tiene regulaciones específicas para los productos lácteos para velar por la seguridad alimentaria y la salud de los seres humanos, animales y plantas.

---

Reglamento (CE) nº 852/2004: Establece requisitos generales para la higiene de los alimentos.

Reglamento (CE) nº 1234/2007: Establece normas de calidad para la leche y los productos lácteos.

---

**Nota:** Consejo Europeo, Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA), (2020)

Se ha seleccionado como indicador las barreras sanitarias y fitosanitarias. En esta sección, observamos que Alemania y España, pertenecientes a la Comunidad Europea, cuentan con regulaciones específicas para los productos lácteos, asegurando la seguridad alimentaria y la salud de humanos, animales y plantas. Ambos países tienen normativas que se enfocan en la higiene de los productos lácteos, así como la regulación y comercialización de productos fitosanitarios en la producción láctea. En España, se le otorga importancia a la higiene de los alimentos y a las normas de calidad de la leche. Por otra parte, en Estados Unidos, la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) ha establecido el reglamento 21 que dicta los requisitos para la producción, procesamiento y etiquetado de productos lácteos. Estos puntos son fundamentales a considerar para poder comercializar productos en cualquiera de estos países en estudio.

#### **4.1.3.7. Factores tecnológicos**

Una vez que hayamos analizado los factores legales, procederemos a examinar los factores tecnológicos, los cuales abarcarán la conectividad, las patentes, los inventos y el nivel de innovación de estos tres países de investigación.

**Tabla 13** Indicadores tecnológicos de los países de estudio

INDICADORES	ALEMANIA	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA
<b>Conectividad</b>	78 M	269.5 M	42,5 M
<b>Patentes, inventos</b>	128.921 patentes	3.4 M patentes	19.243 patentes
<b>Índice de innovación</b>	8°	3°	29°

**Nota:** (WIPO) World Intellectual Property Organization, Oficina Europea de Patentes, (2022).

En la tabla presentada anteriormente nos refleja cuales han sido los factores que tiene cada país con su diferente indicador es decir en conectividad el país que mejor tiene es Alemania con 78 millones de personas que ocupan esto, reflejando que un país con mayor conectividad en el mundo, el siguiente indicador es las patentes o inventos que tiene cada país en el cual nos presenta que Estados Unidos es el mayor con 3.4 millones de patentes que se ha registrado y por último el indicador de índice de innovación de los tres países de estudio el que más obtiene es el país de Estados Unidos poniéndose en el puesto número tres a nivel mundial el cual hace referencia a la clasificación de las economías más innovadoras, es decir que nuestro producto iría a los Estados Unidos de acuerdo con el factor tecnológico.

#### **4.1.3.8. Factores culturales**

Una vez, determinado los factores tecnológicos se va a realizar los siguientes factores que son los culturales en donde se determinará la religión y el lenguaje que cada país tiene en este caso de Alemania, Estados Unidos, España.

**Tabla 14** Indicadores culturales de los países de estudio

INDICADORES	ALEMANIA	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA
<b>Lenguaje</b>	Alemán	Inglés	Español o castellano
<b>Religión</b>	Catolicismo y protestantismo	Cristianismo	Católica

**Nota:** Datosmacro, (2023).

En la siguiente tabla se muestra la religión de cada país, así mismo el lenguaje, es decir Alemania tiene un lenguaje Alemán, Estados Unidos hablan el inglés y en España se comunican con el español o castellano. La religión de los tres países en estudio son en Alemania practican el catolicismo y protestantismo, en Estados Unidos el cristianismo y por último en España su creencia es la católica, con esto podemos realizar el análisis de evaluación por puntos y poder llegar a un país objetivo.

#### **4.1.3.9. Factores geográficos**

Para completar el análisis de la investigación de mercado y llevar a cabo la evaluación por puntos, es necesario examinar los aspectos geográficos de los tres países candidatos: Alemania, Estados Unidos y España. El objetivo es identificar el índice logístico de cada uno y la cantidad de puertos y aeropuertos que poseen. A continuación, se presentan los resultados en forma de tabla.

**Tabla 15** Indicadores geográficos de los países de estudio

INDICADORES	ALEMANIA	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA
<b>Índice de logística</b>	4,1/5,0	3,5/5,0	3,9/5,0
<b>Puertos/ aeropuertos</b>	Principales puertos son: 3 Principales aeropuertos son: 8	Principales puertos son: 8 Principales aeropuertos son: 6	Principales puertos son: 5 Principales aeropuertos son: 8

**Nota:** ANALDEX (Asociación Nacional de Comercio Exterior) (2023)

Para finalizar con los factores externos y de haber definido cada uno de ellos tenemos el último que es el factor geográfico donde se define los indicadores como son el índice de logística que tiene cada uno de los tres países de estudio es decir Alemania tiene 4,1/5,0 puntos y es el que más eficiencia tiene en sus despachos de aduanas y gestión de fronteras, además, destaca la adecuación de la infraestructura vinculada al comercio y transporte, junto con su puntualidad de los envíos en este país, lo que sitúa a Estados Unidos y España en segundo lugar en este indicador. En lo que respecta a puertos y aeropuertos se ha analizado los principales dando que el que tiene mayor puertos es Estados Unidos con un valor de ocho y en los aeropuertos queda con Alemania y España dando un valor cada uno de ocho, con esto se puede decir que cualquiera de estos países es apto en lo que es logística para poder exportar el queso maduro cheddar.

**Tabla 16** Calificación matriz por puntos

INDICADORES	PONDERACIÓN	EVALUACIÓN CUALITATIVA	ALEMANIA		ESTADOS UNIDOS		ESPAÑA	
			EVALUACIÓN	PUNTAJE	EVALUACIÓN	PUNTAJE	EVALUACIÓN	PUNTAJE
<b>FACTORES SOCIOECONOMICOS</b>	<b>25%</b>							
Pib	7%	(+)	2	0,14	3	0,21	1	0,07
Pib Percapita	6%	(+)	1	0,06	3	0,18	2	0,12
Inflación	3%	(-)	-2	-0,06	-3	-0,09	-1	-0,03
Tasa de interés	2%	(-)	-2	-0,04	-3	-0,06	-1	-0,02
Riesgo país	2%	(+)	2	0,04	3	0,06	1	0,02
Doing Business	3%	(+)	1	0,03	2	0,06	3	0,09
Balanza comercial	2%	(+)	2	0,04	3	0,06	1	0,02
<b>FACTORES DEMOGRAFICOS</b>	<b>20%</b>							
Población económicamente activa	9%	(+)	1	0,09	3	0,27	2	0,18
Tasa de natalidad	3%	(+)	2	0,06	3	0,09	1	0,03
Tasa de mortalidad	3%	(-)	-1	-0,03	-3	-0,09	-2	-0,06
Salario mínimo	3%	(+)	3	0,09	2	0,06	1	0,03
Esperanza en vida	2%	(-)	-1	-0,02	-2	-0,04	-3	-0,06
<b>FACTORES POLITICOS</b>	<b>10%</b>							
Acuerdos comerciales vigentes	10%	(+)	2	0,2	3	0,3	1	0,1
<b>FACTORES LEGALES</b>	<b>15%</b>							
Barreras arancelarias	8%	(+)	3	0,24	2	0,16	1	0,08

Barreras no arancelarias	7%	(-)	-2	-0,14	-3	-0,21	-1	-0,07
<b>FACTORES TECNOLÓGICOS</b>	<b>10%</b>							
Conectividad	6%	(+)	2	0,12	3	0,18	1	0,06
Patentes, inventos	2%	(+)	2	0,04	3	0,06	1	0,02
Índice de innovación	2%	(+)	3	0,06	2	0,04	1	0,02
<b>FACTORES CULTURALES</b>	<b>10%</b>							
Lenguaje	5%	(-)	-1	-0,05	-3	-0,15	-2	-0,1
Religión	5%	(-)	-1	-0,05	-2	-0,1	-3	-0,15
<b>FACTORES GEOGRÁFICOS</b>	<b>10%</b>							
Índice de logística	6%	(+)	2	0,12	3	0,18	1	0,06
Puertos / aeropuertos	4%	(+)	1	0,04	3	0,12	2	0,08
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			<b>0,98</b>		<b>1,29</b>		<b>0,49</b>


**Nota:** La autora

En la matriz por puntos, se destaca a Estados Unidos obtiene el puntaje más alto, seguido por Alemania y España en último lugar. Esto sugiere que Estados Unidos es la mejor opción para comercializar el queso maduro cheddar. Es importante destacar que este país posee una gran población, lo cual lo posiciona favorablemente en comparación con los otros países analizados. Además, la cercanía geográfica resulta beneficiosa, ya que los otros dos países se encuentran en la Unión Europea y están más distantes. Es importante destacar que también es el principal país receptor de todas las exportaciones ecuatorianas, lo que favorece el desarrollo del comercio exterior en este mercado tan prometedor.

#### 4.1.4. Análisis del mercado destino

##### 4.1.4.1. Perfil del país – Estados Unidos de América

**Tabla 17** Perfil del país - Estados Unidos

	<b>ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA</b>
<b>Nombre oficial</b>	Estados Unidos de América
<b>Capital</b>	Washington D.C
<b>Idioma</b>	Estados Unidos no tiene un idioma oficial, pero el inglés es su idioma nativo de su gente.
<b>Idioma de negocios</b>	Inglés
<b>Moneda</b>	Dólar estadounidense (USD)
<b>Religión</b>	protestantismo 34%, catolicismo 23%, mormones 2%, judíos 1%, musulmanes 1%, otros 10%, sin religión 10% (Santander Trade, 2024)
<b>Área geográfica</b>	9.831.510 km <sup>2</sup>
<b>Población total (millón de habitantes, 2022)</b>	333.530.000
<b>Estados con mayor población</b>	California: 39,5 millones; Texas: 28,7 millones; Florida: 21,2 millones; New York: 19,5 millones; Pennsylvania: 12,8 millones
<b>PIB (miles de millones 2023)</b>	23.303.708
<b>PIB per cápita (euros 2023)</b>	75.866
<b>Tasa de inflación (2023)</b>	6,4%
<b>Tasa de desempleo (2023)</b>	3,7%
<b>Comercio Exterior</b>	Es el principal importador a nivel global y el segundo en exportación de productos.

**Nota:** Santander Trade y Datos Macro, (2024)

#### **4.1.4.2. Perfil del consumidor de Estados Unidos**

Teniendo en cuenta sobre el perfil del país como mercado destino y con los datos mencionados hace referencia a que es un país tentador para comercializar alimentos, que con esto conlleva con una nación casi con 314 millones de consumidores y es una amplia oportunidad para los productores no solo de Ecuador si no de América Latina. Cabe mencionar que en 2023, se consumieron aproximadamente 2.200 millones de kilogramos de queso y se espera que aumente el consumo estadounidense de estos productos lácteos. En el año 2019, el mercado de queso en Estados Unidos alcanzó un valor de 69.000 millones de dólares, lo que equivale a 5,7 millones de toneladas. Esto indica que se trata de un mercado que satisface completamente la demanda interna, con una presencia limitada de productos importados. En realidad, se perfila como uno de los principales productores de queso a nivel mundial en dos estados: Wisconsin y California. Estas dos regiones destacan en la industria quesera, aportando conjuntamente un 45,8% de la producción de los Estados Unidos. (Roldán C. , 2020)

En cuanto, a esta primera perspectiva de Estados Unidos se menciona que los consumidores de este país tiene un consumo alto de queso dando así que los quesos son muy valorados y apreciados por el consumidor estadounidense, donde podemos mencionar que exportar el queso maduro cheddar a este país es favorable ya que si consumen nuestro producto, no solo en las cocinas si no como aperitivos ya que han sido muy populares en tablas es decir acompañan el queso con fruta fresca, nueces, jamón.

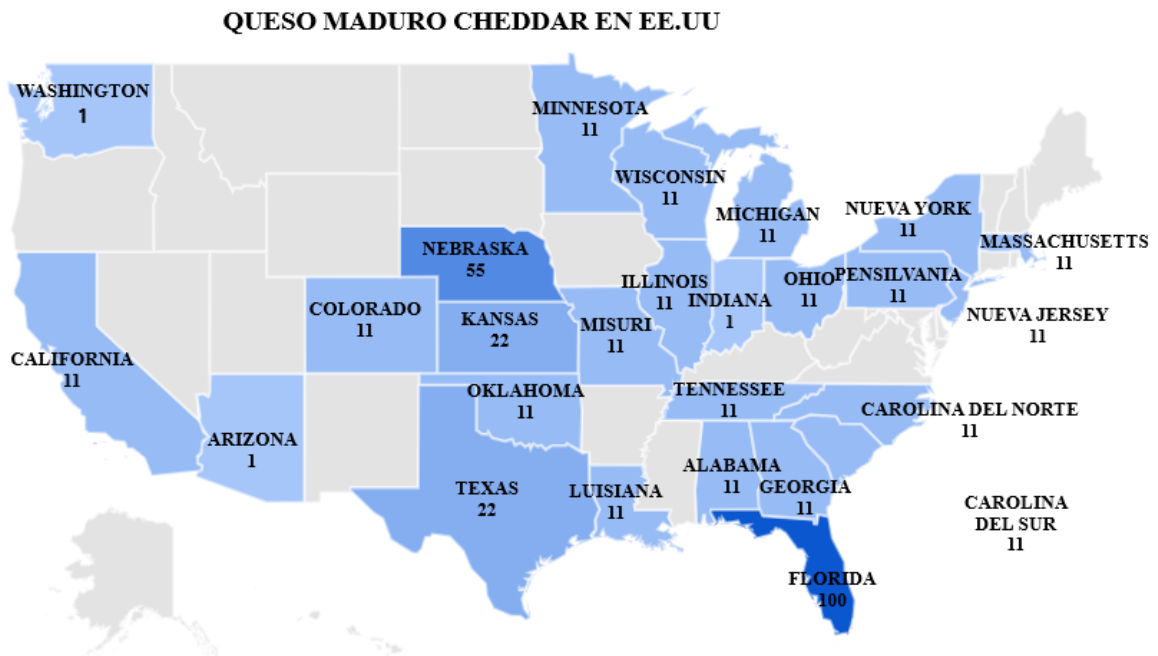
Es por este motivo que el gasto per cápita en queso en los EE.UU ascendió a \$194 en 2019, mostrando un incremento con respecto a años anteriores. El queso mozzarella y el queso cheddar continúan siendo las variedades más demandadas. La creciente compra de queso se debe a su flexibilidad y capacidad de adaptación, reflejando el cambio en las preferencias de los consumidores y la preparación de alimentos en casa y la adquisición de productos listos para consumir, lo cual ha impulsado las ventas de queso. Otro factor que ha contribuido al consumo de queso en Estados Unidos ha sido la aceptación de la cocina étnica, como la italiana y la mexicana donde ellos

utilizan más queso. Dando como esto que el mercado de Estados Unidos está formado por dos categorías: queso procesado y no procesado siendo esta su principal producción de queso de leche de vaca. (Roldán C. , 2020)

#### 4.1.4.3. Segmentación de mercado

Para la segmentación del mercado y una mejor elección del país seleccionado y como se refleja en la tabla anterior el mercado americano es un territorio amplio, en la cual se utiliza una plataforma digital donde su principal función es obtener información de tendencias, es decir se muestra lo que el usuario busca con frecuencia y la plataforma de apoyo es Google Trends que permite identificar qué estado o ciudad es la que más consume queso maduro cheddar, es un sitio web gratuito, Estado Unidos al ser un territorio muy grande se requiere solo identificar una ciudad para focalizar las ventas del producto.

**Ilustración 3** Segmentación de mercado



**Nota:** Google Trends, (2024)

Según se desprende del gráfico expuesto, la ciudad que registra el mayor porcentaje en términos de búsqueda en el país americano, arrojó que Florida existe mayor concentración de búsqueda de queso maduro cheddar, en la cual la segmentación de este mercado grande como es los Estados Unidos se determina el mercado meta para la investigación es Florida con un total del 100 donde se puede mencionar que este estado es el que más han buscado el producto.

#### **4.1.4.4. Gustos y preferencias de los habitantes de Florida**

En cuanto al sector identificado para la exportación de queso, ha experimentado un notable crecimiento de consumo es decir los alimentos que más han consumido en este estado son los lácteos en especial el queso por su valor nutricional. Por esta razón el estado seleccionado como el mercado meta si cuenta con la aceptación de este tipo de producto, ya que servirá como primera entrada al mercado internacional por otra parte la empresa ZULACTEOS S.A si trabajan con todos los aspectos que genera exportar un producto a futuro pueden ingresar a exportar su producto.

Por lo tanto, es necesario destacar los aspectos que permitan identificar más del estado donde se pretende comercializar el producto por lo que se realiza por medio de una ficha técnica los siguientes datos:

**Tabla 18** *Ficha técnica del estado de Florida*

<b>ESTADO DE FLORIDA</b>	
<b>Florida</b>	Florida cuenta con una infraestructura logística de primer nivel lo que facilita el movimiento eficiente de mercancías, lo que las empresas pueden distribuir sus productos de manera rápida y eficaz en toda la región.
<b>Capital</b>	Tallahassee

---

<b>Idioma</b>	Su idioma oficial es el inglés, pero en el sur se habla español debido a la gran población hispana.
<b>Moneda</b>	Dólar estadounidense (USD)
<b>Población (2023)</b>	22.610.726 habitantes
<b>Ubicación</b>	Limita con el Golfo de México al oeste, el Océano Atlántico al este y Georgina y Alabama al norte.
<b>Riesgo de pobreza</b>	13,2%
<b>PIB (millones USD)</b>	1.053.648,62
<b>PIB per cápita (millones USD)</b>	48.480,29

---

**Nota:** Datos Macro (2023)

#### **4.1.4.5. Comportamiento del consumidor**

El comportamiento del consumidor es una visión sistemática de las situaciones por las que pasa un consumidor durante el proceso de compra es decir: búsqueda, evaluación, decisión y compra. Con esto conlleva que hasta recibir un producto, el cliente pasa por una serie de decisiones desde la necesidad que debe de cumplir el producto hasta el análisis de los riesgos que implica la compra. En algunos casos, el cliente es consciente del riesgo de su compra en función de cuanto y cómo esta decisión afectará su vida. También toman en cuenta la aparición del concepto de comercio electrónico (e-commerce) es un método según algunos expertos, nacido en los años 90, que permite la interacción directa entre el comprador y el vendedor. (Alvarado, 2020) Tomando en cuenta para el análisis de la investigación y la segmentación del mercado se toma en cuenta las siguientes variables:

**Tabla 19** Comportamiento del consumidor.

---

<b>Variables socioeconómicas</b>	Florida es uno de los pilares económicos de Estados Unidos. Tiene la tercera población más grande y la cuarta economía más grande. En comparación con otras naciones, su Producto Interno Bruto, de 1,1 billones de dólares en 2019, se sitúa entre los 20 principales, superando a países como Turquía, los Países Bajos, Arabia Saudita, Suiza y Argentina. La economía de Florida se sostiene en dos pilares fundamentales: el turismo y la agricultura. (OffShore Company Corp, 2021)
<b>Variables geográficas</b>	Florida ocupa la vigésimo segunda posición en cuanto a extensión territorial en los Estados Unidos. Los Estados Unidos tienen una extensión total de 140. 093 km <sup>2</sup> , incluyendo 11. 577 km <sup>2</sup> de aguas dentro de su territorio. ( España Exportación e Inversiones , 2023)
<b>Variables culturales</b>	En el sur de Florida, específicamente, destaca una mano de obra diversa en culturas e idiomas, lo que favorece considerablemente las conexiones comerciales y el intercambio internacional con otras partes del mundo. (ICEX, 2020)
<b>Variables demográficas</b>	Florida pasó a ser uno de los estados de los Estados Unidos. Durante los años 2021 y 2022, se registró un crecimiento demográfico acelerado en Estados Unidos, con un incremento del 1,9 %, alcanzando así una población de 22,2 millones de habitantes, según información proporcionada por la Oficina del Censo estadounidense. Florida actualmente ostenta el título de estado con el crecimiento

---

---

poblacional más acelerado en los Estados Unidos.  
(SWI, 2022)

---

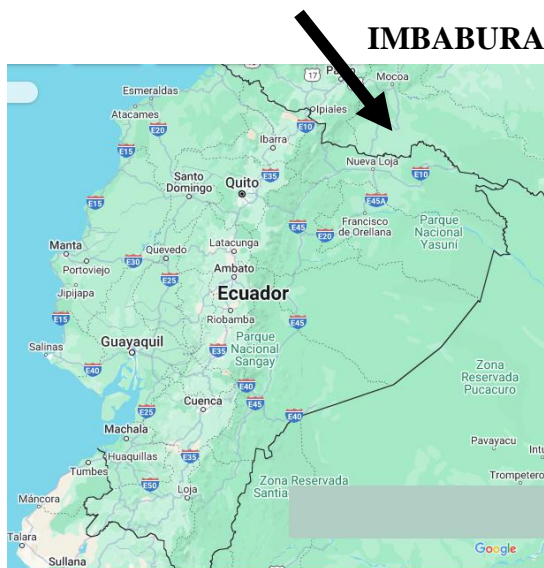
**Nota:** Offshore Company Corp, (2021) y España Exportación e Inversiones, (2023)

#### 4.1.5. Estudio técnico

##### 4.1.5.1. Localización de la empresa

##### 4.1.5.2. Macro localización

La empresa ZULACTEOS S. A se encuentra ubicada en la Provincia de Imbabura, en el cantón Ibarra, específicamente en la parroquia de Angochagua, en la encantadora comunidad de Zuleta. Este hermoso lugar abarca una extensión de 4770 hectáreas, las cuales fueron designadas en 1995 como "Bosque y Vegetación Protectora". El Centro de acopio lechero "Milla Pakari" se destaca por ofrecer un servicio eficiente y amigable a los comuneros de Zuleta, con la meta principal de aumentar la distribución de leche en la comunidad, garantizando un trato cordial y precios justos para los productores locales. Este punto de recolección cuenta con una capacidad de almacenamiento de 1000 litros y se encarga de distribuir la leche a la hacienda Zuleta, a los pequeños productores de quesos de la comuna y al colegio Técnico Agropecuario Zuleta. A continuación se presenta la ubicación a nivel macroeconómico del sector.



**Nota:** Codeso Mapa, (2024)

#### 4.1.5.3. Micro localización

La empresa ZULACTEOS S.A, ubicada en la parroquia Angochagua en la comunidad Zuleta, al lado de la hacienda Zuleta, está constituida por 5 personas dedicados a la preparación del queso maduro que actualmente lo realizan de manera artesanal y la comercializan dentro de la comunidad y pocas son las partes que lo hacen por fuera de la provincia lo cual su deseo es implementar maquinaria para el proceso y la elaboración del producto, lo cual también le serviría para la realización de los demás productos que ellos elaboran como son el yogurt, papas y queso fresco.

En cuanto, se puede mencionar que la empresa está en un sector ventajoso ya que es una zona donde hay producción de leche, lo que es una comunidad que se dedica la mayoría de gente es al ganado, donde ahí obtiene lo principal que es la leche para la elaboración de su producto lo que esta tiene la capacidad productiva para lograr ofertar el producto en un mercado internacional. Para conocer la zona geográfica a nivel micro se detalla la siguiente ilustración.



**Nota:** Codeso Mapa, (2024)

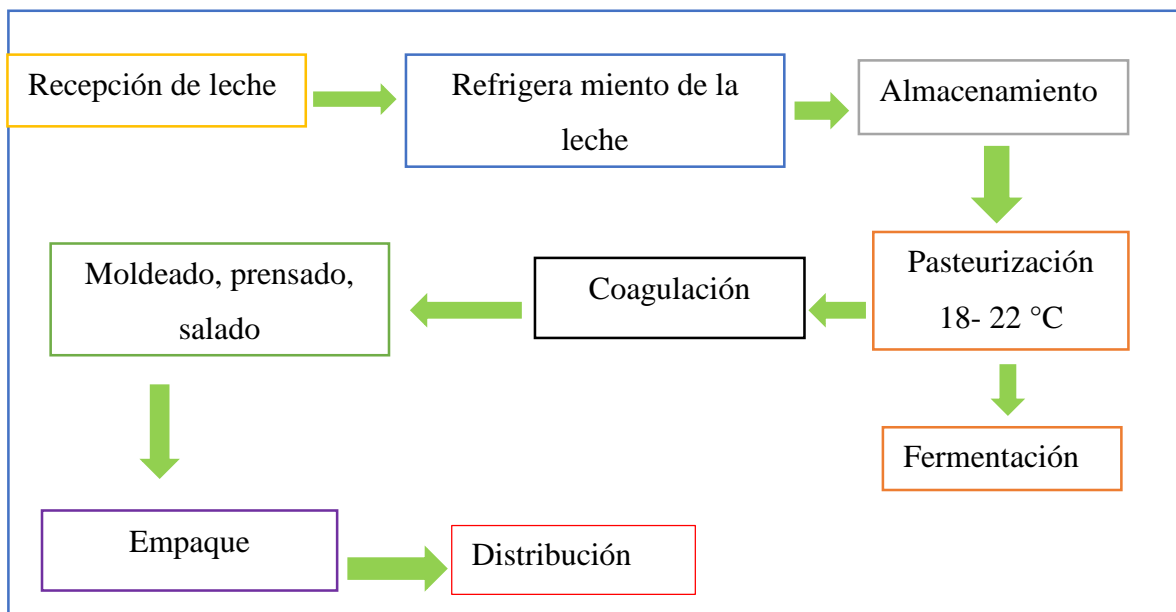
#### 4.1.5.4. Ingeniería del proyecto

Por otra parte aquí se mencionara los aspectos como la planificación y definición del espacio físico, las instalaciones de la empresa ZULACTEOS S.A y el funcionamiento del lugar posteriormente plantear, evaluar y describir los procesos que se utilizan dentro de la empresa desde la producción del queso hasta la comercialización. En donde también se describen los materiales e insumos y los trabajadores de la empresa.

#### 4.1.5.5. Distribución del espacio físico

La distribución física de la empresa ZULACTEOS S.A se definirá como esta se distribuirá cada área desde la recolección de leche hasta su producto final que en este caso es el queso, y así poder llegar al consumidor final que con esto se cumple las expectativas y los estándares de calidad y así la satisfacción del mercado destino. A continuación, se presentará la estructura del espacio destinado a las actividades de comercialización del producto.

**Ilustración 5** Distribución del espacio físico



#### 4.1.5.6. Maquinaria

Por otra parte se determina la maquinaria la cual se debe adquirir para la ejecución correcta de la producción para la comercialización de queso maduro. De esta manera se indica la maquinaria que se requerirá con una explicación de la función que cumplen cada uno de estos.

**Tabla 20** Maquinaria requerida

<b>MAQUINARIA</b>	
<p><b>Moldado, prensado:</b> se trata de poner cuajada sin suero en moldes que cambian de forma según el tipo de queso.</p>	
<p><b>Pasteurización:</b> su finalidad es eliminar todas las bacterias, es decir, los microorganismos que provocan el deterioro de los alimentos.</p>	
<p><b>Coagulación:</b> es el proceso por el cual la leche pasa de líquida a gelatina. En el caso del queso, este proceso dura entre 45 y 60 minutos, por lo que la máquina se puede utilizar para cortar cuajada.</p>	

#### 4.1.5.7. Imagen empresarial

##### **Misión**

“Nuestra misión es producir y comercializar quesos de alta calidad, ofreciendo productos innovadores y deliciosos que satisfacen las necesidades de nuestros

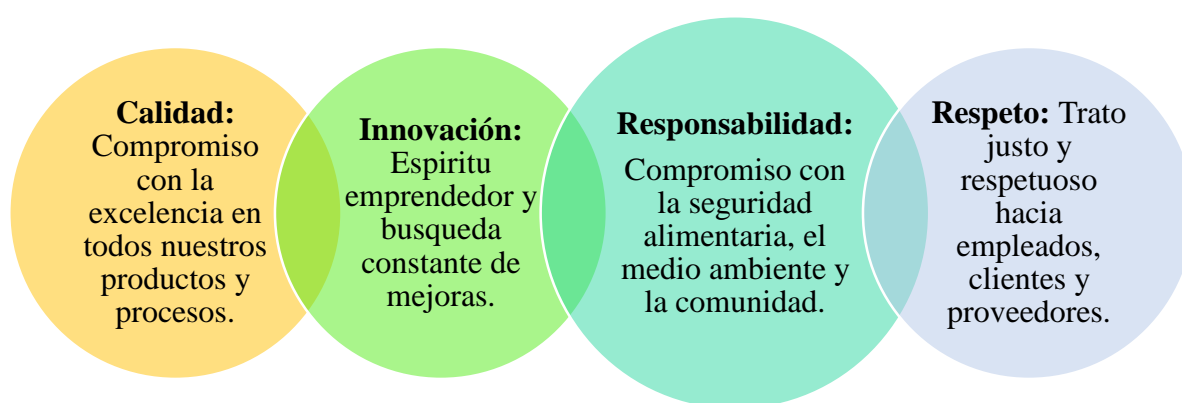
clientes, mientras protegemos el medio ambiente y contribuimos al bienestar de nuestra comunidad”. (ZULACTEOS, 2024)

### Visión

“Ser reconocidos como líderes en la industria láctea, conocidos por nuestra calidad, innovación y compromiso con la comunidad y el medio ambiente”. (ZULACTEOS, 2024)

#### 4.1.5.8. Valores empresariales

**Ilustración 6** Valores de la empresa



#### 4.1.5.9. Organización empresarial

A continuación se va a detallar la organización de la empresa ZULACTEOS S.A, es decir cuántos socios pertenecen, sus contactos y las personas que conforman esta empresa. En el siguiente cuadro se explica el funcionamiento y la estructura de la misma:

**Tabla 21** Organización empresarial de la empresa

Información de la empresa	
<b>Nombre de la empresa</b>	ZULACTEOS S.A
<b>Número de socios</b>	1
<b>Representante legal</b>	Franklin Edison Aguilar
<b>Teléfono</b>	0997747806
<b>Correo electrónico</b>	Franklinaguilar_1989@hotmail.com

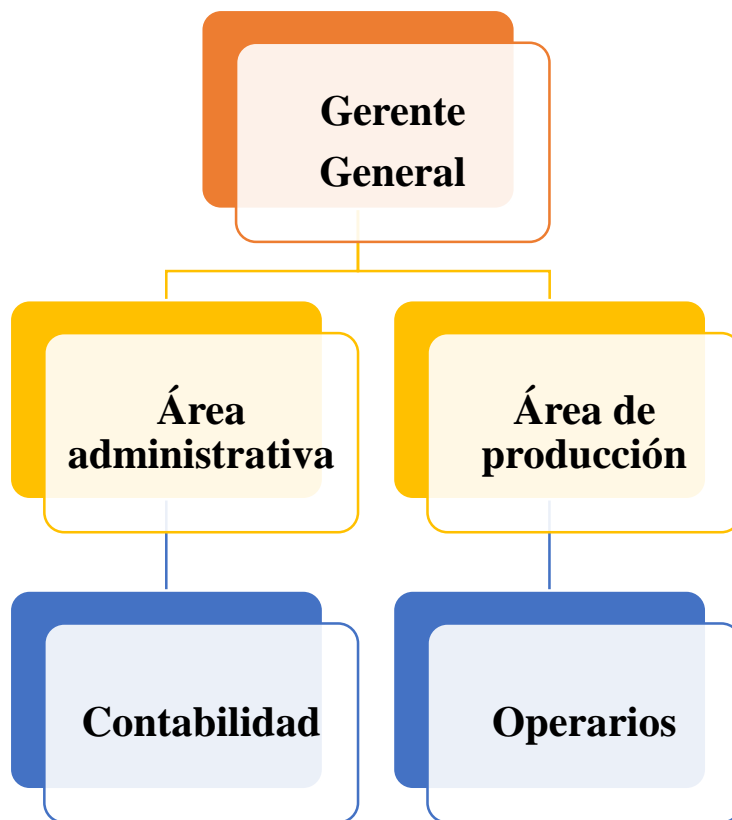
**Nota:** ZULACTEOS S.A, (2024)

#### 4.1.5.10. Descripción de la asociación

#### 4.1.5.11. Organigrama estructural

En resumen, la empresa está debidamente constituida y operando legalmente en el mercado nacional, ubicada en la comunidad de Zuleta desde 2014. Es importante destacar que también han establecido una estructura organizativa empresarial, la cual se detalla en el siguiente organigrama.

**Ilustración 7** Organigrama de la empresa



#### 4.1.5.12. Requerimiento de personal

Por otra parte, se va a detallar el personal que se necesitará para llevar a cabo todas las actividades productivas dentro y fuera de la asociación.

**Tabla 22** Requerimiento de personal

Nº	Nombre del puesto	Número de trabajadores
1	Gerente General	1
2	Gerente Administrativo	1
3	Gerente Operativo	1
4	Contador	1
5	Operarios	2

**Nota:** Empresa ZULACTEOS S.A, (2024)

#### 4.1.5.13. Manual de funciones

El manual de roles de ZULACTEOS S.A se pretende plantear las tareas que cada uno debe llevar y así puedan acatar a sus responsabilidades asignadas. Con esto se define cuánto es importante la estructura que deben de llevar y que debe de cumplir y así la empresa tenga un buen funcionamiento y cada día vaya creciendo.

#### Gerente General

**Tabla 23** Manual de funciones del gerente general.

Denominación del cargo	
<b>Nombre del puesto</b>	Gerente General
<b>Perfil para el puesto</b>	Título en administración, economía o carreras afines
<b>Funciones y responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planificación de las actividades en la empresa.</li><li>• Administrar recursos y coordinación de las partes que componen.</li><li>• Tome decisiones críticas en lo concerniente a los asuntos vitales para la empresa.</li></ul>

- Motiva y supervisa el trabajo en equipo.
- Supervisar las labores llevadas a cabo por los empleados de la compañía.

**Nota:** Empresa ZULACTEOS S.A, (2024)

## Gerente Administrativo

**Tabla 24** Manual de funciones del gerente administrativo

<b>Denominación del cargo</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Gerente Administrativo
<b>Perfil para el puesto</b>	Título en administración, contabilidad o carreras afines <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planifica y coordina los procedimientos de cómo optimizar los procesos.</li> <li>• Contratar personal y designar responsabilidades en el lugar de trabajo</li> </ul>
<b>Funciones y responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorar el rendimiento del personal y ofrecer orientación para tener una máxima eficiencia dentro de la empresa.</li> <li>• Gestionar los calendarios y los plazos de entrega de la misma.</li> <li>• Controlar los costos y gastos para una mejor preparación de presupuesto.</li> </ul>

**Nota:** Empresa ZULACTEOS S.A, (2024)

## Contabilidad

**Tabla 25** Manual de funciones de contabilidad

<b>Denominación del cargo</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Contador
<b>Perfil para el puesto</b>	Título de tercer nivel en contabilidad, auditoría.
<b>Funciones y responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar las declaraciones e impuestos correspondientes de la empresa.</li><li>• Conseguir un manual adecuado, un libro contable preciso, estado de pérdidas y ganancias de la empresa.</li><li>• Tener un registro de compras y ventas que haya dentro de la empresa.</li><li>• Realizar pago de la nómina de trabajadores de la empresa.</li><li>• Obtener un inventario de los bienes de la empresa.</li><li>• Administrar o tener un buen registro de los recursos de la empresa.</li></ul>

**Nota:** Empresa ZULACTEOS S.A, (2024)

## Gerencia de producción

**Tabla 26** Manual de funciones de la gerencia de producción

<b>Denominación del cargo</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Gerencia de producción
<b>Perfil para el puesto</b>	Título de tercer nivel ingeniería en alimentos.
<b>Funciones y responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se debe monitorear el proceso de producción.</li><li>• Planificar el mantenimiento de máquinas y equipos de la empresa.</li></ul>

- Desarrollar un presupuesto de producción y mantener los gastos.
- Demostrar que la empresa cumple y tiene implementadas las normas de higiene y seguridad industrial.
- Planificar y organizar cronogramas de producción y ajustar los plazos según sea necesario.

**Nota:** Empresa ZULACTEOS S.A, (2024)

## Operarios

**Tabla 27** Manual de funciones de los operarios

<b>Denominación del cargo</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Operario
<b>Perfil para el puesto</b>	Título ingeniero en alimentos o ingeniería industrial <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidar los equipos</li> <li>• Receptar el producto</li> <li>• El mantenimiento de la limpieza en el área de producción es clave para asegurar la calidad y la higiene del producto.</li> </ul>
<b>Funciones y responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiarizarse con los procedimientos de fabricación.</li> <li>• Se encarga del etiquetado y embalaje del producto.</li> </ul>

**Nota:** Empresa ZULACTEOS S.A, (2024)

### 4.1.5.14. Matriz FODA

Por otra parte se presenta esta herramienta de análisis que servirá conocer el factor interno y externo de la empresa ZULACTEOS S.A, en la cual vamos a

conocer las fortalezas, las oportunidades que tiene esta y también se conocerá las debilidades lo cual se debe de reducir y amenazas que tiene por la cual se debe de prevenir y así obtener un mejor desempeño en la empresa.

**Tabla 28** Matriz FODA de la empresa

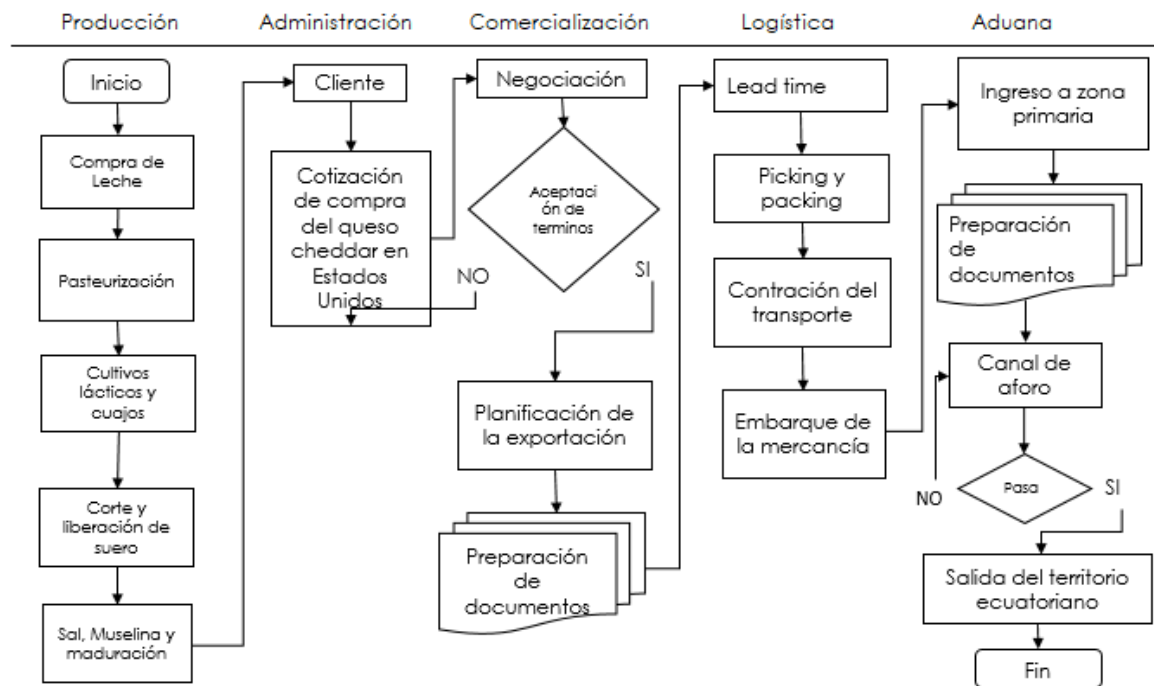
<b>FOTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene acceso a materia prima de la localidad</li> <li>• Instalaciones son adecuadas para la producción</li> <li>• Mantiene relaciones con el sector público como privado</li> <li>• Cuenta con personal capacitado</li> <li>• Mantiene acceso a fuentes de financiamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negociación con proveedores locales, productores minoristas y mayoristas</li> <li>• Productores cerca de la empresa</li> <li>• Comunicación directa con empresas y familias</li> <li>• Obtener un financiamiento por parte del banco o cooperativas</li> <li>• Crecimiento de la población</li> <li>• Mejora de la tecnología en la producción</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay alta rotación de personal</li> <li>• Los productos que se ofrecen son muy demandados en el mercado</li> <li>• Poco manejo de redes sociales para llegar al cliente</li> <li>• Nuevos productos se presentan en el mercado</li> <li>• El capital con lo que ellos cuentan es básico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento en la competencia en el sector del queso</li> <li>• Proveedores que reducen plazos de cobro</li> <li>• Disminución de la actividad productiva de los proveedores</li> </ul>

**Nota:** Empresa ZULACTEOS S.A, (2024)

#### 4.1.5.15. Procesos

#### 4.1.5.16. Mapa de procesos de exportación

Ilustración 8 Proceso de exportación



El proceso de exportación del queso maduro cheddar en la empresa ZULACTEOS S.A parroquia Angochagua, situada en la Provincia de Imbabura, comienza con la etapa de producción la cual requiere del ingreso de materia prima siendo la leche, con el ingreso de la materia prima se procede a la pasteurización, luego el cultivo lácticos y cuajos, posterior pasa a la fase de corte y liberación de suero, para finalizar se requiere de sal, muselina y maduración, con ello se alcanza la fase productiva para luego ser exportado al mercado de Francia.


La negociación comienza con la cotización de la compra de queso cheddar, con ello se planifica la exportación y se prepara los documentos necesarios para la nacionalización, los procesos logísticos implican el lead time, el picking y packing para la preparación del pedido posterior a ser transportado, por último, pasa por los procesos de control aduanero para determinar su canal de aforo y la nacionalización del mismo.

#### 4.1.6. Propuesta de marketing internacional

##### 4.1.6.1. Producto

De esta manera, se va a detallar todos los aspectos presentados para la comercialización del queso maduro cheddar, desde las características, usos, propiedades y cómo almacenar y su clasificación arancelaria peso y presentación.

**Tabla 29** Ficha técnica del producto

<b>Descripción del producto</b>	
<p>Un queso Cheddar maduro tiene un color de cuerpo que varía desde blanquecino o marfil hasta amarillo pálido o naranja, tiene una textura firme que es suave cuando se presiona con el pulgar y tiene orificios para gases, aunque algunas aberturas y grietas son aceptables. Este queso se produce y comercializa con o sin corteza y puede recubrirse.</p>	
<p><b>Nombre científico:</b> cheddar cheese</p> <p><b>Nombre comercial:</b> queso maduro cheddar</p> <p><b>Unidad de medida:</b> gramos (gr)</p>	<p>Tamaño de porción: 30g</p> <p>Porciones de envases:</p> <p>Cantidad de porción:</p> <p>Calorías: 335 kcal.</p> <p>Calorías: 210 kcal.</p> <p>Grasa total 6 g.</p> <p>Grasa saturada 4g.</p> <p>Colesterol 17mg.</p> <p>Sodio 120mg.</p> <p>Azúcares 1g.</p> <p>Proteína 5g.</p>
<p><b>Composición nutricional</b></p>	

<b>Presentación y empaques comerciales</b>	Bolsa plástica de polietileno presentación de 500gr.
<b>Tipo de conservación</b>	Mantener en refrigeración entre 0° y 5°C
<b>Valor sugerido por presentación</b>	Puntos de distribución \$ 3,20

#### **Clasificación arancelaria**

**Sección:** Sección I animales vivos y productos del reino animal.

**Capítulo:** capítulo 04 - leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte. (Comité de Comercio Exterior (COMEX), 2023)

**Partida arancelaria:** 04.06 queso y requesón.

**Subpartida arancelaria:** 0406.90.90.00 las demás (Comité de Comercio Exterior (COMEX), 2023)

---

**Nota:** Empresa ZULACTEOS S.A., (2024)

#### **4.1.6.2. Estrategia de internacionalización**

Según, Clavijo (2023). Afirma que, el desarrollo empresarial implica desarrollar una estrategia para presentar un plan de negocios de cualquier empresa fuera de su país de origen. Este trabajo se realiza con el objetivo de adaptar las estructuras, operaciones y estrategias de la empresa para ingresar a los mercados internacionales. Es crucial conocer las distintas estrategias para internacionalizar un producto en el extranjero. Se lleva a cabo un análisis para elegir una estrategia de internacionalización entre varias opciones, la cual beneficiará tanto el proceso de internacionalización como a la empresa ZULACTEOS S. A.

**Tabla 30** Estrategia de internacionalización

<b>Estrategia global</b>	<b>Estrategia transnacional</b>
Esta estrategia tiene como objetivo reducir costos a través de economías de escala. Lo que el producto o	Son empresas que detectan una fuerte competencia en los precios como la necesidad de ofrecer

servicio que son ofrecidos en todos los países son estandarizados sin adaptarse a los mercados locales. Se divide en:

- Joint Venture
- Franquicias
- Filial de ventas (2023)

### **Estrategia internacional**

Las empresas que exportan bienes y servicios producen e innovan en el país de origen y luego los venden en los mercados extranjeros. Se divide en diferentes como:

- Exportación directa
- Exportación indirecta

productos o servicios adaptados al público de cada país. Se divide en:

- Filial de producción
- Empresas mixtas de producción

### **Estrategia multinacional**

Se refiere a una corporación internacional que está constituida y registrada oficialmente en el país en el que está ubicada y tiene sucursales en varios países del mundo. Se subdivide en:

- Piggy Bag
- Joint Venture

**Nota:** Beedigital, (2023).

#### 4.1.7. Distribución física internacional

Se va a emplear la herramienta SeaRates para identificar el tiempo y la distancia, y determinar el modo de transporte más adecuado para distribuir el queso maduro cheddar en el mercado de Florida, Estados Unidos. A continuación, te muestro una tabla comparativa entre el transporte aéreo y marítimo.

**Tabla 31** *Distribución física internacional*

<b>Modo Aéreo</b>	<b>Modo Marítimo</b>
Productos delicados	Productos refrigerados, congelados o secos
Rapidez de entrega	Demora de entrega
Costos elevados	Contenedor o a granel
Limitaciones en cuanto a dimensiones	Capacidad mayor en carga

**Nota:** Rojas, (2024)

## Análisis

En la tabla presentada anteriormente se define el modo aéreo y el modo marítimo de los cuales se pretende utilizar uno de ellos, con las características presentadas se menciona que en el aéreo por la carga perecedera y de productos delicados se podría utilizar el modo aéreo, pero también tiene limitaciones en cuanto a carga o capacidad y sus costos son elevados. Pero por otro lado el marítimo es más demoroso en llegar la mercancía al lugar de destino pero tiene mayor capacidad en carga en lo cual también podemos llevar productos refrigerados o congelados hasta el lugar de procedencia y por eso la mejor vía para transportar el producto hasta el destino final es la aérea.

**Tabla 32** Distribución Nacional e Internacional

<b>NACIONAL</b>	
Lugar	Zuleta – Quito (Aeropuerto Internacional al Mariscal Sucre)
Distancia	4 horas
Transporte	Terrestre
KM	93.8 km
Precio	541

**Desglose de tarifas**

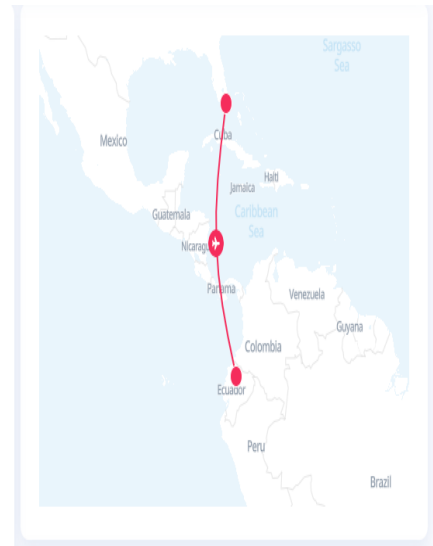
- Road FTL 93.8 km, 1 day
- RF Road freight USD 541

The map displays a route starting from Quito, passing through Sangolquí and Cuyambe, and ending at Ibarra. Other locations like San Gabriel are also visible on the map.

## INTERNACIONAL

Quito -  
 Florida  
 (Aeropuert  
 Lugar o  
 Internacion  
 al de  
 Miami)  
 Distanci  
 a -  
 Transpo  
 rte Aéreo  
 KM 2890.3 km  
 Precio 1.335

### Desglose de tarifas



**Nota:** SeaRates, (2024)

### 4.1.8. Marca del producto

La (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2024) menciona que “Una marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa de los de otra. Las marcas son derechos de propiedad intelectual (PI) protegidos”.

En cuanto la marca del producto que tiene la propuesta la empresa ZULACTEOS S.A es la siguiente:

### **Ilustración 9** Marca del producto



En la imagen presentada sobre la marca del producto se puede apreciar el nombre de la empresa y el nombre del producto que se va a comercializar, esta propuesta las tonalidades de amarillo en representación del queso maduro ya que al llegar a su término de maduración tiende a ese color, también tiene en la imagen la fundación de la empresa que fue desde el 2014.

#### 4.1.8.1. Etiqueta al mercado Internacional

El etiquetado del producto en el mercado internacional es la información comercial obligatoria que debe incluirse en el caso del queso maduro cheddar. La lista de etiquetado debe incluir: el nombre del alimento, los ingredientes, la cantidad total, la fecha de caducidad, la fecha de elaboración, los valores nutricionales, las condiciones de conservación y el nombre de la empresa.

**Ilustración 10** Etiquetado frontal del producto.



**Ilustración 11** Etiquetado posterior del producto.



#### 4.1.9. Empaque

El envase es el protector que resguarda el producto original de los elementos del entorno. Existen muchos tipos de envases como latas, vidrio, plástico y cartón, pero es muy importante que el envase combine con el alimento. El

queso maduro cheddar de ZULACTEOS S.A se recomienda utilizar envases de polietileno nylon, envasado al vacío para garantizar la protección del producto. El empaque primario del queso maduro cheddar de la empresa contiene las siguientes dimensiones: alto de 5cm ancho 9cm, dando así una presentación del producto cuadrado.

**Ilustración 12** Empaque del producto



#### 4.1.10. Embalaje

Este envase secundario facilitará la manipulación y el movimiento de la carga durante el conteo, la distribución y el transporte. Se emplea una caja isotérmica con foam aluminizado de medidas 18cm de alto, 60cm de largo y 40cm de ancho para el queso cheddar maduro. Esto garantizará el mantenimiento de la cadena de frío durante una exportación definitiva (régimen 40).

**Ilustración 13** Embalaje del producto



**Tabla 33** Pictograma de manejo del producto





<b>Marca despachadora</b>	
<b>País de origen</b>	Hecho en Ecuador
<b>Pictogramas de manejo</b>	  
<b>Indicadores de peso</b>	Peso neto: 36000 gramos; peso bruto: 44640 gramos
<b>Número de bulto y tamaño de la caja</b>	100 cajas
<b>Destinatario y número de orden</b>	Nombre del distribuidor – Florida – orden XXX
<b>Puerto de entrada</b>	Aeropuerto Internacional de Miami

**Nota:** La autora

#### 4.1.11. Cubicaje

Tiene como objetivo aprovechar al máximo el espacio disponible para transportar la mercancía. Por lo que es necesario conocer cuáles son las unidades exactas del queso maduro cheddar a ser exportado.

**Tabla 34** Medidas de los empaques

Producto	Embalaje	Pallet europeo	Contenedor (40p)
			
<b>Largo:</b> 10 cm <b>Ancho:</b> 9 cm <b>Alto:</b> 5 cm	<b>Largo:</b> 60 cm <b>Ancho:</b> 40 cm <b>Alto:</b> 18 cm	<b>Largo:</b> 120 cm <b>Ancho:</b> 100 cm <b>Alto:</b> 14 cm	<b>Largo:</b> 1219 cm <b>Ancho:</b> 244 cm <b>Alto:</b> 259 cm

<b>Peso:</b> 500 gr.	<b>Base:</b> 24 unidades
	<b>Total:</b> 72 unidades
	<b>Resistencia de</b>
	<b>arrume:</b> 3 unidades

**Tabla 35** Cálculos de cubicaje

Dimensiones	Empaque primario (cm)	Empaque secundario (cm)	Cantida d	Pallet (cm)	Cantida d	Contened or (cm)	Cantida d
<b>Largo</b>	10	60	6	120	3	1219	10
<b>Ancho</b>	9	40	4	100	4	244	2
<b>Alto</b>	5	18	3	100	6	100	
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>72</b>		<b>20</b>		<b>20</b>
<b>Cantidad de envase de queso maduro cheddar por contenedor Reefer</b>							28800
<b>Cantidad de cajas</b>							400
<b>Cantidad de pallet</b>							20
<b>Cantidad de contenedor Reefer</b>							1

**Tabla 36** Resumen del cálculo de cubicaje

<b>Resumen total de cubicaje</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Nº de contenedores	1
Nº de pallets	20
Nº de quesos	28800
Nº cajas	400

#### 4.1.12. Incoterms®

“Los Incoterms (Términos Comerciales Internacionales de Flete) son los términos estándar utilizados en contratos de venta para importación y exportación. Se utilizan para definir la responsabilidad y la obligación sobre las mercancías durante el proceso de envío. En otras palabras, establecen cuándo se

transfiere la responsabilidad de las mercancías del proveedor al comprador. También definen quién paga qué costos por las mercancías y su transporte". (Chávez, 2024). En la actualidad, se utilizan los Incoterms® 2020, que constan de 11 siglas. A continuación, se procederá a analizar los Incoterms® que se utilizarán en la investigación:

**Tabla 37** Cálculo de Incoterms

<b>INCOTERMS</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Precio	6,98	6,98	6,98	6,98	6,98
Cantidad en KG	30.000	35.000	38.000	38.000	38.000
<b>Valor del embarque</b>	<b>209400</b>	<b>244300</b>	<b>265240</b>	<b>265240</b>	<b>265240</b>
<b>Precio unitario</b>	<b>6,98</b>	<b>6,98</b>	<b>6,98</b>	<b>6,98</b>	<b>6,98</b>
Etiquetado	300	350	380	380	380
Embalaje	330	385	418	418	418
Manipuleo en planta	360	420	456	456	456
Inspección	30	35	38	38	38
Almacenaje previo a embarque	270	315	342	342	342
<b>EXW</b>	<b>210.690</b>	<b>245.805</b>	<b>266.874</b>	<b>266.874</b>	<b>266.874</b>
<b>EXW Unitario</b>	<b>7,02</b>	<b>7,02</b>	<b>7,02</b>	<b>7,02</b>	<b>7,02</b>
Manipulación local X	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160
Unitarización	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920
<b>FCA/FAS</b>	<b>214.770</b>	<b>249.885</b>	<b>270.954</b>	<b>270.954</b>	<b>270.954</b>
<b>FCA/FAS Unitario</b>	<b>7,16</b>	<b>7,14</b>	<b>7,13</b>	<b>7,13</b>	<b>7,13</b>
Transporte interno	8.400	8.400	8.400	8.400	8.400
Manipuleo Embarque	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320
Documentos de transporte	480	480	480	480	480
Agentes	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600
<b>FOB</b>	<b>228.570</b>	<b>263.692</b>	<b>284.761</b>	<b>284.761</b>	<b>284.761</b>
<b>FOB Unitario</b>	<b>7,62</b>	<b>7,53</b>	<b>7,49</b>	<b>7,49</b>	<b>7,49</b>
Flete Internacional	50.160	50.160	50.160	50.160	50.160
<b>CFR</b>	<b>278.730</b>	<b>313.860</b>	<b>334.929</b>	<b>334.929</b>	<b>334.929</b>
<b>CFR Unitario</b>	<b>9,29</b>	<b>8,97</b>	<b>8,81</b>	<b>8,81</b>	<b>8,81</b>
Seguro Internacional	2.286	2.637	2.848	2.848	2.848
<b>CIF</b>	<b>281.025</b>	<b>316.506</b>	<b>337.785</b>	<b>337.785</b>	<b>337.785</b>
<b>CIF Unitario</b>	<b>9,37</b>	<b>9,04</b>	<b>8,89</b>	<b>8,89</b>	<b>8,89</b>
Manipuleo desembarque	2.280	2.280	2.280	2.280	2.280
<b>DAP</b>	<b>283.314</b>	<b>318.795</b>	<b>340.074</b>	<b>340.074</b>	<b>340.074</b>
<b>DAP Unitario</b>	<b>9,44</b>	<b>9,11</b>	<b>8,95</b>	<b>8,95</b>	<b>8,95</b>
Transporte interno	10.800	10.800	10.800	10.800	10.800
Descarga en destino	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160

<b>DPU</b>	<b>296.284</b>	<b>331.764</b>	<b>353.043</b>	<b>353.043</b>	<b>353.043</b>
<b>DPU Unitario</b>	<b>9,88</b>	<b>9,48</b>	<b>9,29</b>	<b>9,29</b>	<b>9,29</b>
Almacenamiento temporal	4.560	4.560	4.560	4.560	4.560
Aduaneros	8.431	9.495	10.134	10.134	10.134
Capital e inventario país de destino	1.536	1.536	1.536	1.536	1.536
<b>DDP</b>	<b>310.801</b>	<b>347.346</b>	<b>369.263</b>	<b>369.263</b>	<b>369.263</b>
<b>DDP Unitario</b>	<b>10,36</b>	<b>9,92</b>	<b>9,72</b>	<b>9,72</b>	<b>9,72</b>

**Nota:** La autora

#### 4.1.13. Estudio financiero

Se efectúa un análisis financiero de la empresa con el fin de evaluar, determinar y verificar la rentabilidad actual, con el objetivo de determinar la capacidad para incursionar en la exportación del queso maduro cheddar a los mercados internacionales de ZULACTEOS S. A.

##### 4.1.13.1. Inversión inicial

Se refiere al capital necesario para cubrir los costos iniciales que conlleva el inicio de una operación, tales como la adquisición de maquinaria, los gastos legales y la adecuación de la infraestructura del lugar.

**Tabla 38** Inversión Inicial

<b>Activo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Inversión inicial</b>			
Capital de trabajo	1	133.981,6	133.982,6
Sub total			<b>133.982,6</b>
<b>Muebles y equipos de oficina</b>			
Computador	2	500	1.000
Parlantes	1	90	90
Impresora	1	250	250
Muebles	5	215	1.075
Teléfono	1	40	40
Sillas de oficina	12	65	780
Escritorios	12	55	660

Archivadores	8	95	760
Sub total			<b>4.655</b>
<b>Herramientas y equipos</b>			
Tina quesera	1	3.000	3.000
Máquina de queso	1	1.800	1.800
Tanque de distribución de cuajada	1	1.500	1.500
Sistema formador de bloques 6	1	4.000	4.000
Moldeadora automática de bolsas	1	1.800	1.800
Máquina de cuajada	1	4.000	4.000
Transportador de aplicación de sal	1	1.200	1.200
Unidad para salar	1	3.000	3.000
Dosificador de sal	1	3.000	3.000
Moldes	300	1,5	450
Sub total			23.750
<b>Total de la inversión</b>			<b>162.387,6</b>

**Nota:** La autora

En el cuadro previamente exhibido sobre la inversión inicial necesaria para la expansión internacional del queso madurado cheddar de ZULACTEOS S.A, se plasma la necesidad de adquirir más equipos para incrementar la capacidad de producción. Este paso permitirá satisfacer la demanda del mercado estadounidense, lo que implica la necesidad de contar con capital de trabajo. Por consiguiente, la inversión inicial se estima en 162.387,60 dólares americanos.

**Tabla 39** Gastos administrativos año 2025

Gastos administrativos	Cantidad	Valor mensual	Valor anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS personal 11.15%	Valor total año 2025
Gerente	1	1.200	14.400	1.200	460	1.656	14.404
Licenciado en contabilidad y auditoría	1	880	10.560	880	460	1.214,4	10.685,6
Secretaria	1	500	6.000	500	460	690	6.270
Ingeniero en alimentos	1	950	11.400	880	460	1.311	11.429
Personal de producción	5	600	36.000	3.000	460	4.140	35.320

Chofer	2	600	14.400	1.200	460	1.656	14.404
Personal de limpieza	3	500	18.000	1.500	460	2.070	17.890
Ingeniero en comercio exterior	1	950	11.400	950	460	1.311	11.499
Empacador	2	500	12.000	1.000	460	1.380	12.080
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>6680</b>	<b>134.160</b>	<b>11.110</b>	<b>4.140</b>	<b>15.428,4</b>	<b>133.981,6</b>

**Nota:** La autora

Los gastos representan para el personal de trabajo que requiere la empresa ZULACTEOS S.A para producir el queso cheddar, se requiere de gerente, 1 licenciado en contabilidad, 1 secretaria, 1 ingeniero en alimentos, 1 ingeniero en comercio exterior el cual nos va a servir para la exportación del producto al mercado de Estados Unidos, lo que se necesita 17 trabajadores para el año 2025 y el valor total de gastos es de 133.981,60 dólares.

**Tabla 40** Gastos administrativos año 2026

Gastos administrativos	Cantidad	Valor mensual	Valor anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS persona   11.15%	Valor total año 2026
Gerente	1	1.200	14.400	1.200	460	1.656	14.404
Licenciado en contabilidad y auditoría	1	880	10.560	880	460	1.214,4	10.685,6
Secretaria	1	500	6.000	500	460	690	6.270
Ingeniero en alimentos	1	880	10.560	880	460	1.214,4	10.685,6
Personal de producción	7	460	38.640	3.220	460	4.443,6	37.876,4
Chofer	2	600	14.400	1.200	460	1.656	14.404
Personal de limpieza	3	460	16.560	1.380	460	1.904,4	16.495,6
Ingeniero en comercio exterior	1	950	11.400	950	460	1.311	11.499
Empacador	2	460	11.040	920	460	1.269,6	11.150,4
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>6.390</b>	<b>133.560</b>	<b>11.130</b>	<b>4.140</b>	<b>15.359,4</b>	<b>133.470,6</b>

**Nota:** La autora

En la tabla que se presenta anteriormente tenemos los gastos administrativos del año 2026, lo cual su análisis es anual y de esto se considera que los valores del décimo tercero, décimo cuarto y el descuento al IESS, por ello la empresa ZULACTEOS S.A para producir el queso maduro cheddar, se requiere de gerente, 1 ingeniero en alimentos, 2 choferes, 3 personas para la limpieza, 1 ingeniero en comercio exterior, 2 empacadores, en total son 19 trabajadores para este año y su valor total es de 133.470,60 dólares.

**Tabla 41** Gastos administrativos año 2027

<b>Gastos administrativos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Aporte IESS personal 11.15%</b>	<b>Valor total año 2027</b>
Gerente	1	1.200	14.400	1.200	460	1.656	14.404
Licenciado en contabilidad y auditoría	1	880	10.560	880	460	1.214,4	10.685,6
Secretaria	1	500	6.000	500	460	690	6.270
Ingeniero en alimentos	1	880	10.560	880	460	1.214,4	10.685,6
Personal de producción	8	460	44.160	3.680	460	5.078,4	43.221,6
Chofer	2	600	14.400	1.200	460	1.656	14.404
Personal de limpieza	3	500	18.000	1.500	460	2.070	17.890
Ingeniero en comercio exterior	1	950	11.400	950	460	1.311	11.499
Empacador	3	500	18.000	1.500	460	2.070	17.890
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>6.470</b>	<b>147.480</b>	<b>12.290</b>	<b>4.140</b>	<b>16.960,2</b>	<b>146.949,8</b>

**Nota:** La autora

En la tabla presentada podemos observar los gastos por pago de sueldos al personal de trabajo de la empresa por lo que la empresa ZULACTEOS S.A para producir el queso cheddar, se requiere de gerente, 1 ingeniero en alimentos, 2 choferes, 8 personas para la producción de queso, 3 personas para empacar y 1 ingeniero en comercio exterior para la comercialización del producto en el país asignado que es Estados Unidos, en total se requiere 21 trabajadores para el año 2027 el valor total de gastos es de 146.949,80 dólares.

**Tabla 42** Gastos administrativos año 2028

<b>Gastos administrativos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Aporte IESS personal 11.15%</b>	<b>Valor total año 2028</b>
Gerente	1	1.200	14.400	1.200	460	1.656	14.404
Licenciado en contabilidad y auditoría	1	880	10.560	880	460	1.214,4	10.685,6
Secretaria	1	500	6.000	500	460	690	6.270
Ingeniero en alimentos	1	880	10.560	880	460	1.214,4	10.685,6
Personal de producción	9	460	49.680	4.140	460	5.713,2	48.566,8
Chofer	2	600	14.400	1.200	460	1.656	14.404
Personal de limpieza	3	500	18.000	1.500	460	2.070	17.890
Ingeniero en comercio exterior	1	950	11.400	950	460	1.311	11.499
Empacador	3	500	18.000	1.500	460	2.070	17.890
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>6.470</b>	<b>153.000</b>	<b>12.750</b>	<b>4.140</b>	<b>17.595</b>	<b>152.295</b>

**Nota:** La autora

Esta tabla representa los gastos por pago del personal de trabajo de la empresa ZULACTEOS S.A lo que se ha buscado personal para producir el queso maduro cheddar y es necesario un gerente, 1 secretaria, 1 ingeniero en alimentos, 9 personas para la producción de queso, 3 personas para la

limpieza, 1 ingeniero en comercio exterior, 3 empacadores, en su total da 22 trabajadores que para el año 2028 y el valor total de gastos es de 152.295 dólares.

**Tabla 43** Gastos administrativos año 2029

Gastos administrativos	Cantidad	Valor mensual	Valor anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS personal 11.15%	Valor total año 2029
Gerente	1	1.200	14.400	1.200	460	1.656	14.404
Licenciado en contabilidad y auditoría	1	880	10.560	880	460	1.214,4	10.685,6
Secretaria	1	500	6.000	500	460	690	6.270
Ingeniero en alimentos	1	880	10.560	880	460	1.214,4	10.685,6
Personal de producción	9	460	49.680	4.140	460	5.713,2	48.566,8
Chofer	2	600	14.400	1.200	460	1.656	14.404
Personal de limpieza	3	500	18.000	1.500	460	2.070	17.890
Ingeniero en comercio exterior	1	950	11.400	950	460	1.311	11.499
Empacador	3	500	18.000	1.500	460	2.070	17.890
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>6.470</b>	<b>153.000</b>	<b>12.750</b>	<b>4.140</b>	<b>17.595</b>	<b>152.295</b>

**Nota:** La autora

Esta tabla muestra los gastos administrativos que la empresa debe de adquirir para el año 2029, para producir el queso maduro cheddar se requiere, un gerente, 9 personas para la producción, 3 personas para la limpieza, 3 empacadores, 1 licenciado en contabilidad y auditoría, 1 secretaria, 1 ingeniero en alimentos, 2 choferes, 1 ingeniero en comercio exterior el cual servirá para que haga la negociación y la exportación del producto al país de Estados Unidos, en su total se necesita 22 trabajadores y un valor de gastos de 152.295 dólares.

#### 4.1.13.2. Proyección de gastos administrativos

**Tabla 44** Proyección de gastos administrativos

<b>Proyección de gastos administrativos</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>
Gerente	14.404	14.404	14.404	14.404	14.404
Ingeniero en producción	11.429	10.685,6	10.685,6	10.685,6	10.685,6
Chofer	14.404	14.404	14.404	14.404	14.404
Personal de limpieza	17.890	16.495,6	17.890	17.890	17.890
Empacador	12.080	11.150,4	17.890	17.890	17.890
<b>TOTAL</b>	<b>70.207</b>	<b>67.140</b>	<b>75.274</b>	<b>75.274</b>	<b>75.274</b>

**Nota:** La autora

La tabla representa un resumen de los gastos administrativos durante los próximos cinco años, considerando que cada año tiene valores diferentes porque conforme aumenta la producción aumenta la mano de obra que requiere la empresa, por tal razón el valor total del año 2025 es de 70.207 dólares, el cual va aumentando con el pasar de los años hasta llegar al año 2029 con un valor de 75.274 dólares, lo cual esto servirá para calcular la rentabilidad para poder exportar el queso maduro cheddar al mercado de Estados Unidos.

**Tabla 45** Costos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 2025			AÑO 2026			AÑO 2027			AÑO 2028			AÑO 2029		
	CANT.	PRE.	TOTAL	CANT.	PRE.	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL
LITROS DE LECHE	84.150	0,33	27.770	51.000	0,34	17.340	63.750	0,35	22.313	76.500	0,36	27.540	89.250	0,37	33.023
Pasteurización (Litros)	84.150	0,06	5.049	51.000	0,03	1.530	63.750	0,03	1.913	76.500	0,03	2.295	89.250	0,03	2.678
Cultivos lácticos	84.150	0,05	4.208	51.000	0,05	2.550	63.750	0,05	3.188	76.500	0,05	3.825	89.250	0,05	4.463
Cuajos	84.150	0,04	3.366	51.000	0,04	2.040	63.750	0,04	2.550	76.500	0,04	3.060	89.250	0,04	3.570
Corte y liberación de suero	84.150	0,03	2.525	51.000	0,03	1.530	63.750	0,03	1.913	76.500	0,03	2.295	89.250	0,03	2.678
Sal para extraer la humedad	84.150	0,04	3.366	51.000	0,05	2.550	63.750	0,06	3.825	76.500	0,07	5.355	89.250	0,08	7.140
Muselina	84.150	0,09	7.574	51.000	0,1	5.100	63.750	0,11	7.013	76.500	0,12	9.180	89.250	0,13	11.603
Madurar 9 meses (clima húmedo de 12%)	84.150	0,03	2.525	51.000	0,03	1.530	63.750	0,03	1.913	76.500	0,03	2.295	89.250	0,03	2.678
Empaque	84.150	0,07	5.891	51.000	0,08	4.080	63.750	0,09	5.738	76.500	0,1	7.650	89.250	0,11	9.818

**Nota:** La autora

La tabla muestra los costos de producción necesarios para la empresa ZULACTEOS S.A para exportar el queso maduro cheddar hacia el mercado de Estados Unidos, los valores representan los cinco años futuros que sirven para analizar la factibilidad financiera del proyecto, los valores son variables y van aumentando conforme crece la producción.

**Tabla 46** Capacidad de ventas en KG

	AÑO 2025		AÑO 2026		AÑO 2027		AÑO 2028		AÑO 2029	
	CANTIDAD	TOTAL KG	CANTIDAD	TOTAL KG	CANTIDAD	TOTAL KG	CANTIDAD	TOTAL KG	CANTIDAD	TOTAL KG
QUESO CHEDDAR 100 GR	15.000	1.500	20.000	2.000	25.000	2.500	30.000	3.000	35.000	3.500
QUESO CHEDDAR 250 GR	15.000	3.750	20.000	5.000	25.000	6.250	30.000	7.500	35.000	8.750
QUESO CHEDDAR 500 GR	15.000	7.500	20.000	10.000	25.000	12.500	30.000	15.000	35.000	17.500
<b>TOTAL KG</b>		<b>12.750</b>		<b>17.000</b>		<b>21.250</b>		<b>25500</b>		<b>29.750</b>

**Nota:** La autora

La tabla representa la cantidad de venta del queso cheddar en tres presentaciones, la primera es de 100 gramos, la segunda de 250 gramos y la tercera de 500 gramos, con esta variedad se pretende atender la demanda del mercado de Estados Unidos, en el estado de Florida, como se menciona anterior el queso a exportar es el de presentación de 500 gramos, los valores que figuran en la tabla van aumentando con el pasar de los años, esto se debe al aumento de producción de cada año.

**Tabla 47** Proyección de ventas

VENTAS	AÑO 2025			AÑO 2026			AÑO 2027			AÑO 2028			AÑO 2029		
	CANT.	PRE.	TOTAL	CANT.	PRE.	TOTAL	CANT.	PRE.	TOTAL	CANT.	PRE.	TOTAL	CANT.	PRE.	TOTAL
QUESO CHEDDAR 100 GR	15.000	1,75	26.250	20.000	1,75	35.000	25.000	1,75	43.750	30.000	1,75	52.500	35.000	1,75	61.250
QUESO CHEDDAR 250 GR	15.000	3,49	52.350	20.000	3,49	69.800	25.000	3,49	87.250	30.000	3,49	104.700	35.000	3,49	122.150
QUESO CHEDDAR 500 GR	15.000	6,98	104.700	20.000	6,98	139.600	25.000	6,98	174.500	30.000	6,98	209.400	35.000	6,98	244.300
<b>TOTAL</b>	<b>Suma en USD</b>		<b>183.300</b>	<b>Suma en USD</b>		<b>244.400</b>	<b>Suma en USD</b>		<b>305.500</b>	<b>Suma en USD</b>		<b>366.600</b>	<b>Suma en USD</b>		<b>427.700</b>

**Nota:** La autora

La tabla representa las ventas del queso cheddar en tres presentaciones, la primera es de 100 gramos, la segunda de 250 gramos y la tercera de 500 gramos, con esta variedad se pretende atender la demanda del mercado de Estados Unidos, cabe recalcar que el producto ha exportación es en la presentación de 500 gramos, los valores van aumentando con el pasar de los años, esto se debe al aumento de producción de cada año.

**Tabla 48** Otros gastos

Otros gastos	AÑO 2025			AÑO 2026			AÑO 2027			AÑO 2028			AÑO 2029		
	Gasto mensual	Cantidad	Total	Gasto mensual	Cantidad	Total	Gasto mensual	Cantidad	Total	Gasto mensual	Cantidad	Total	Gasto mensual	Cantidad	Total
Luz	400	12	4.800	350	12	4.200	400	12	4.800	400	12	4.800	400	12	4.800
Agua	300	12	3.600	300	12	3.600	300	12	3.600	300	12	3.600	300	12	3.600
Internet	30	12	360	30	12	360	30	12	360	30	12	360	30	12	360
Teléfono	50	12	600	50	12	600	50	12	600	50	12	600	50	12	600
<b>Total otros gastos</b>			<b>9.360</b>			<b>8.760</b>			<b>9.360</b>			<b>9.360</b>			<b>9.360</b>

**Nota:** La autora

La tabla describe los costos adicionales de ZULACTEOS S.A. Los montos son anuales y muestran que en el año 2025 se gastarán 9,360 dólares, en 2026 la suma será de 8,760 dólares, en 2027 será nuevamente de 9,360 dólares, en 2028 ascenderá a 9,360 dólares y finalmente, en el último año, se destinarán 9,360 dólares. Estos gastos comprenden servicios básicos como agua, luz, teléfono e internet.

**Tabla 49** Inversión inicial

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>Descripción</b>
Inversión Inicial	162.387,60	Mano de obra, material de oficina y maquinaria

**Nota:** La autora

El desembolso inicial es de 162.387,60 dólares y será utilizado para adquirir maquinaria para aumentar la producción de queso maduro cheddar, compra de muebles de oficina ya que la empresa ZULACTEOS S.A no dispone de un departamento encargado a las exportaciones del producto en el mercado internacional, finalmente se requiere materia prima y el aumento de mano de obra para empezar con la producción.

**Tabla 50** Estructura financiera

<b>Estructura de Financiamiento</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Participación</b>	<b>Valor</b>
Capital Propio	60%	97.433
Capital Ajeno	40%	64.955
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>162.388</b>

**Nota:** La autora

La estructura financiera para la inversión inicial está compuesta por un 60% de capital propio que dispone la empresa ZULACTEOS S.A, necesita que la empresa cubra el valor de 97.433 dólares, el capital restante que es del 40% será financiado por alguna institución financiera, se pretende tener un crédito de 64.955 dólares, el importe total de la inversión inicial es de 162.387,60 dólares.

**Tabla 51** Costo de capital promedio ponderado

<b>Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento</b>			
<b>Recursos</b>	<b>Participación</b>	<b>Costo Financiero</b>	<b>Impuesto</b>
Propios	60%	10,00%	25,00%
Ajenos	40%	15,50%	
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>WACC</b>	<b>10,70%</b>

**Nota:** La autora

La tabla representa el procesamiento de datos del costo promedio ponderado, siendo este un factor que se requiere para el cálculo del TIR y VAN, este valor representa el valor promedio de la tasa interna de retorno que sirve para actualizar los flujos de efectivo, se considera que el capital propio que coloca la empresa se pretende obtener el 10% como ganancia, mientras que el capital ajeno que es el 40% de la inversión inicial tiene una tasa de interés del 15,5%, el impuesto a la renta es del 25%, con ello se aplica la fórmula del WACC, se obtiene como resultado el 10,70% como tasa de capital promedio ponderado.

**Tabla 52** Amortización de la deuda

	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	
<b>Interés de la deuda</b>	9.676,14	7.545,61	5.415,09	3.284,56	1.154,03	<b>Total</b>
<b>Amortización capital</b>	12.991,01	12.991,01	12.991,01	12.991,01	12.991,01	
<b>Total cuota financiera</b>	<b>22.667,14</b>	<b>20.536,62</b>	<b>18.406,09</b>	<b>16.275,57</b>	<b>14.145,04</b>	<b>92.030,47</b>

**Nota:** La autora

La tabla otorga un resumen del financiamiento del 40% del capital inicial que requiere la empresa ZULACTEOS S.A para iniciar operaciones en exportar el queso maduro cheddar al mercado de Estados Unidos, al final de los cinco años el valor que paga como intereses y amortización del capital es de 92.030,47 dólares.

**Tabla 53** Estado de resultados

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>						
<b>Detalle</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>	<b>Año 2026</b>	<b>Año 2027</b>	<b>Año 2028</b>	<b>Año 2029</b>
<b>Ventas</b>		<b>183.300</b>	<b>244.400</b>	<b>305.500</b>	<b>366.600</b>	<b>427.700</b>
(-) Costo de Producción		62.271	38.250	50.363	63.495	77.648
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>121.029</b>	<b>206.150</b>	<b>255.138</b>	<b>303.105</b>	<b>350.053</b>
<b>- Gastos Operacionales</b>		<b>85.248</b>	<b>81.581</b>	<b>161.991</b>	<b>167.336</b>	<b>90.315</b>
(-) Sueldos y salarios		70.207	67.140	146.950	152.295	75.274
(-) Depreciaciones y amortizaciones		5.681	5.681	5.681	5.681	5.681
(-) Otros gastos		9.360	8.760	9.360	9.360	9.360
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>35.781</b>	<b>124.569</b>	<b>93.147</b>	<b>135.769</b>	<b>259.738</b>
(-) Gasto Financieros (Interés Bancario)		9.676	7.546	5.415	3.285	1.154
<b>Utilidad Antes particip Trabaj - 15%</b>		<b>26.105</b>	<b>117.024</b>	<b>87.732</b>	<b>132.484</b>	<b>258.584</b>
Particip. Trabajadores		3.916	17.554	13.160	19.873	38.788
<b>Utilidad Antes de Impuestos - 25%</b>		<b>22.189</b>	<b>99.470</b>	<b>74.572</b>	<b>112.612</b>	<b>219.796</b>
Impuesto a la Renta		5.547	24.868	18.643	28.153	54.949
<b>Utilidad Neta</b>		<b>16.642</b>	<b>74.603</b>	<b>55.929</b>	<b>84.459</b>	<b>164.847</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>						
<b>Detalle</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>	<b>Año 2026</b>	<b>Año 2027</b>	<b>Año 2028</b>	<b>Año 2029</b>
(+) Utilidad Neta	0	16.642	74.603	55.929	84.459	164.847
(+) Cuentas por cobrar	0	0	0	0	0	0
(+) Depreciaciones y Amortizaciones	0	5.681	5.681	5.681	5.681	5.681

(-) Inversión Inicial	162.388					
(-) Pagos de Capital		12.991	12.991	12.991	12.991	12.991
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>162.388</b>	<b>9.332</b>	<b>67.293</b>	<b>48.619</b>	<b>77.149</b>	<b>157.537</b>

**Nota:** La autora

En esta tabla se presenta el estado de resultados el cual sirve para saber la cantidad de dinero que ingresó a la empresa y cuánto son los costos, gastos y pago de impuestos, al final nos permite observar si se obtuvo o no una utilidad neta del ejercicio anual en un análisis de los cinco años futuro, los resultados son favorables porque demuestran un ingreso de utilidad favorable para la empresa ZULACTEOS S.A, las cuales van desde 16.642 dólares en el año 2025 hasta llegar al año 2029 con un valor de 164.847 dólares. También aquí se muestra el flujo neto de caja donde representa los ingresos y salidas de dinero que tiene la empresa, el periodo de análisis son desde el año 2024 hasta el año 2029, el año 2024 es el año cero por el cual se aplica la inversión inicial para construir y equipar lo que requiera el proyecto, este caso el valor de la inversión inicial es de 162.387,60 dólares, el flujo de efectivo para el primer año es positivo lo cual demuestra que es favorable la investigación, al finalizar los cinco años de igual forma se tiene un flujo de efectivo positivo que se mantiene desde su inicio de operaciones.

**Tabla 54** Indicadores financieros

	INDICADORES FINANCIEROS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo de Efectivo	162.388	9.332	67.293	48.619	77.149	157.537
Saldo Actualizado WACC 10.70%	162.388	8.430	54.913	35.840	51.373	94.764
Saldo Actualizado Acumulado	162.388	153.958	99.045	63.206	11.832	82.932
Tasa WACC	10,70%	10,70%	10,70%	10,70%	10,70%	10,70%

---

<b>Suma de flujo de Efectivo VNA</b>	<b>\$245.319,85</b>
<b>Inversión Inicial</b>	<b>162.387,60</b>
<b>VAN</b>	<b>82.932</b>
<b>TIR</b>	<b>24%</b>
<b>Periodo de Recuperación</b>	<b>4,12</b>
<b>Costo Beneficio</b>	<b>1,51</b>

---

**Nota:** La autora

La investigación es factible porque los indicadores muestran valores positivos, la inversión inicial es de 162.387,60 dólares, el flujo de efectivo de los cinco años de análisis fue favorable porque presenta valores positivos, los resultados del VAN son de 82.932 dólares, el TIR es de 24% demostrando superioridad en caso de ingresar la inversión inicial a un plazo fijo a un banco para generar interés que podrían llegar al 8%, la presente investigación otorga un 24% de rentabilidad, siendo superior, además el periodo de recuperación es de cuatro años doce meses y el costo de beneficio es de 1,51 centavos, es decir que por cada dólar invertido se recupera el valor de inversión y se tiene una ganancia de 0,51 centavos de dólar, con ello se comprueba que la exportación de queso maduro cheddar al mercado de Estados Unidos al estado de Florida es factible.

## 4.2. DISCUSIÓN

El trabajo de investigación realiza un estudio para garantizar la idoneidad de las oportunidades de mercados internacionales si es eficaz para la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de la provincia de Imbabura, parroquia Angochagua con el objetivo de incrementar su competitividad en nuevos mercados, los resultados muestran que el mercado mundial está decreciendo en el consumo de queso, su valor es de -6.27%, elegir el mercado correcto es fundamental, porque la demanda al decrecer va generar mucha competencia en ingresar aquellos mercados que aún mantienen una tasa de crecimiento positivo.

Según Farez (2021) desarrolló una investigación denominada Modelo de negocio que integre una efectiva cadena de suministros para la producción y comercialización de queso en la parroquia Baños, ciudad de Cuenca, llegando a la conclusión de que en la industria quesera del Ecuador está en auge lo cual la investigación muestra que los últimos años las tendencias de consumo entre la población cuencana se han desplazado hacia productos orgánicos y saludables, tendencia que se estableció tras la irrupción del coronavirus. Esto conlleva a que los principales segmentos de mercado de lácteos Baños de queso maduro y mozzarella están compuestos por jóvenes entre 18 y 25 años, para queso mozzarella, los adultos de 26 y 40 años para queso maduro, las amas de casa y trabajadores en relación de dependencia. Así como su principal propuesta de valor consiste en el precio y sabor de los productos.

El aporte de la investigación se enfoca en las cuatro dimensiones que propone el autor los cuales son un análisis de la demanda, oferta, segmentación del mercado y la competencia, son puntos importantes para tomar como referencia para el estudio de comercialización, pero solo se enfoca en valores de análisis generales del mercado internacional. La metodología de investigación que aplica es una encuesta para medir la oferta y demanda, cabe considerar que la población está dentro del país, para la actual investigación la población de estudio son los mercados internacionales lo cual

dificulta aplicar este instrumento de investigación, sin embargo, se destaca que es importante investigar los siguientes aspectos que analiza el autor, siendo la segmentación de mercado, la oferta, la competencia, la propuesta de valor y los canales de comunicación con los clientes. Otro aspecto a destacar en la utilidad de la investigación es la presentación de resultados y los análisis estadísticos que aplica.

La forma de realizar un estudio de mercado de Farez (2021), es muy general en aplicar datos de balanza comercial y elegir aquellos países que tenemos un superávit comercial, él considera que hay posibilidades de comercializar queso cheddar, sin embargo, no considera evaluar el arancel que cobraría el mercado de destino en caso de ingresar el producto, además no considera la tasa de crecimiento que podría ayudar a tomar una decisión, ingresar a un mercado donde el consumo este disminuyendo sería peligroso porque tendría que competir en alguna de las estrategias genérica de competitividad, ya sea un liderazgo en costos, diferenciación o un enfoque, el mercado sería muy complicado por ello no sería recomendable hacer un estudio de mercado sin analizar el arancel y la tasa de crecimiento.

Se considera importante tomar la demanda del top 10 de países que más consumen queso maduro cheddar, la información es obtenida de la página de la Organización Mundial del Comercio, los países que tengan un arancel bajo demuestran una oportunidad de mercado, los que tengan un arancel alto ya se considera una amenaza porque aumenta el precio de venta y podría dejar de ser competitivo, al final se podría realizar un análisis comparativo del top 10 países que más consumen queso maduro cheddar a nivel mundial, para calificar dos factores, siendo la tasa de crecimiento y arancel, esto demuestra que si un país tiene una tasa de crecimiento con valores altos se podrá tener mayor posibilidad de que consuman el producto en estudio, si el arancel es bajo permite que sea más competitivo en precios, al final de la tabla se coloca los criterios de calificación, los países con mejor calificación serán seleccionados para la matriz POR PUNTOS.

Los países seleccionados son Alemania, Estados Unidos, España, estos países se seleccionaron con el ranking de los países que más consumen queso

maduro cheddar, el cual se hace una calificación por la matriz por puntos para conocer cuál es el mercado meta.

Según Pilco (2018) desarrolló una investigación denominada Proyecto de exportación de queso maduro desde la corporación COCIHC de la ciudad de Cajabamba Ecuador, hacia la ciudad de Queens – Estados Unidos, En el periodo 2017, la investigación aporta con el modelo que aplica en el plan de exportación del queso, sus fundamentos técnicos sirven para medir la rentabilidad en un estudio financiero a través del TIR y VAN, cabe destacar que la variable de comercialización no solo mide la exportación, al contrario, pretende medir las formas de internacionalización en mercados internacionales. Es importante destacar la metodología de investigación que aplica el autor, la cual servirá de guía, en ella aplica una investigación no experimental, con ella pretende medir el comportamiento de las exportaciones, aplica encuesta como herramienta de investigación, su población son las 500 personas que conforman COCIHC, adicional aplica entrevistas a gerente y jefe de producción, para la actual investigación no se podrá aplicar encuesta porque la población son los mercados internacionales, sin embargo sirve los indicadores que analiza para estudiar el mercado.

Se considera que es importante realizar el análisis financiero de una propuesta de exportación, con ello se encuentra las oportunidades de mercados Internacionales para la comercialización del queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de la parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura, la investigación logró determinar que el proyecto es factible porque los indicadores muestran valores positivos, la inversión inicial es de 162.387,60 dólares, el flujo de efectivo de los cinco años de análisis fue favorable porque presenta valores positivos, los resultados del VAN son de 82.932 dólares, el TIR es de 24% demostrando superioridad en caso de ingresar la inversión inicial a un plazo fijo a un banco para generar intereses que podrían llegar al 8%, el presente proyecto otorga un 24% de rentabilidad, siendo superior, además el período de recuperación es de cuatro años doce meses y el costo beneficio de 1,51 dólares, es decir que por cada dólar

invertido se recupera el valor de inversión y se tiene una ganancia de 0,51 centavos de dólar, con ello se comprueba que la exportación de queso cheddar al mercado de Estados Unidos es factible

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

***Objetivo 1: Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de queso maduro cheddar.***

Se logró fundamentar bibliográficamente que las oportunidades de mercados internacionales son la internacionalización de una empresa es crecer y ampliar sus operaciones, considerando que las ventajas que ofrece la actual economía global son mejores oportunidades de crecimiento lo que esto lleva a tener un aumento de ingresos, reducción de costos, competencia y sobre todo nuevas habilidades, pero cabe recalcar que hay algunas empresas que no han podido ingresar al mercado internacional con los métodos mencionados, la comercialización de queso maduro cheddar requiere de varias actividades que se dividen en cinco categorías: trueque, compra mutua, compra de compensación, comercio con terceros, compensación o compra a cambio. Muchos intercambios compensados implican no sólo un acuerdo sino elementos de dos o más tipos de convenio

***Objetivo 2: Identificar el mercado internacional más óptimo para la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de la parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura.***

Se logró determinar que el estudio de mercado a través de la matriz POR PUNTOS, la subpartida arancelaria es 0406.90, el país de destino es Estados Unidos porque tiene mayor puntuación siendo de 1,29 puntos, seguido Alemania con 0,98 puntos y por último España con 0,49 puntos, de acuerdo a la metodología de la matriz POR PUNTOS se selecciona al país con mayor puntuación, siendo el que demuestra mayor oportunidad que los demás.

Para la segmentación del mercado la investigación se apoya en Google trends que permite identificar qué estado o ciudad es la que más consume queso maduro cheddar, es un sitio web gratuito, Estados Unidos al ser un territorio muy grande que tiene más de cincuenta estados se requiere solo identificar una ciudad para focalizar las ventas del producto, se detecta que Florida es una región meridional del país, es una ciudad con mayor probabilidad de consumo de queso maduro cheddar, por lo cual sería el mercado meta.

El proceso de exportación del queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de la parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura, comienza con la etapa de producción la cual requiere del ingreso de materia prima siendo la leche, con el ingreso de la materia prima se procede a la pasteurización, luego el cultivo lácticos y cuajos, posterior pasa a la fase de corte y liberación de suero, para finalizar se requiere de sal, muselina y maduración, con ello se alcanza la fase productiva para luego ser exportado al mercado de Estados Unidos en el estado de Florida.

***Objetivo 3: Realizar un estudio técnico y financiero que permita la comercialización internacional del queso maduro cheddar de la parroquia Angochagua.***

Se logró diagnosticar que la exportación es factible para la comercialización de queso cheddar en el mercado de Estados Unidos, los indicadores muestran valores positivos, la inversión inicial es de 162. 387,60 dólares, el flujo de efectivo de los cinco años de análisis fue favorable porque presenta valores positivos, los resultados del VAN son de 82.932 dólares, el TIR es de 24% demostrando superioridad en caso de ingresar la inversión inicial a un plazo fijo a un banco para generar intereses que podrían llegar al 8%, el presente proyecto otorga un 24% de rentabilidad, siendo superior, además el período de recuperación es de cuatro años doce meses y el costo beneficio de 1,51 centavos de dólar, es decir que por cada dólar invertido se recupera el valor

de inversión y se tiene una ganancia de 0,51 centavos de dólar, con ello se comprueba que la exportación de queso cheddar al mercado de Estados Unidos es factible.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda definir otros factores para determinar las oportunidades de mercados internacionales, encontrar ventajas en los países que demandan el producto, la investigación se limitó al porcentaje arancelario para la nacionalización del producto en estudio, considerando que si existe demanda el país de destino no va a colocar un arancel con altos porcentajes, al contrario por la necesidad dará esa oportunidad de ingresar con un arancel muy bajo, lo cual genera un liderazgo en costos para competir en el mercado internacional.
- Para concluir se debe utilizar estudios de mercados con países que otorguen preferencias arancelarias, esto beneficia con la nacionalización del queso cheddar en tener bajos precios de venta, se identificó en los antecedentes que investigaciones de otros autores solo se basan por el saldo comercial y el análisis de los principales mercados de exportación de Ecuador, lo cual no demuestra con claridad las oportunidades del mercado de destino.
- Para finalizar es recomendable aplicar un análisis de venta, esto otorga una variedad de decisiones para las formas de entrada a los mercados internacionales, las cantidades que desea consumir el cliente en los mercados de destino pueden variar, por ello se planteó la comercialización de queso cheddar en presentación de 500 gr, lo cual brinda una cantidad aceptable para el consumo.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, A. (2020). *Comportamiento del consumidor en el mercado actual*. Obtenido de <https://www2.ucuenca.edu.ec/265-espanol/investigacion/blog-de-ciencia/ano-2020/junio-2020/1614-consumidores-comportamiento>
- Álvarez López, E., & Myro, R. (2018). Diversificación de mercados y crecimiento de la exportación. *Funcas*, 1.
- ANALDEX (Asociación Nacional de Comercio Exterior). (2023). *Informe de Índice de Desempeño Logístico*. Obtenido de <https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2023/04/Informe-del-Indice-de-Desempeno-Logistico-2023-LPI-Banco-Mundial-1.pdf>
- Arteaga Solórzano, R. A., Armenteros Amaya, M., Colas Chavez, M., Pérez Ruano, M., & Fimia Duarte, R. (2021). Calidad sanitaria de la leche y quesos artesanales elaborados en la provincia de Manabí, Ecuador. *Scielo*, 5-9.
- Centro de la industria láctea del Ecuador. (2023). *Centro de la industria láctea del Ecuador*. Obtenido de Sector lácteo: realidad, retos y desafíos: <https://www.cil-ecuador.org/post/sector-l%C3%A1cteo-realidad-retos-y-desaf%C3%ADos>
- Chávez, M. (13 de Enero de 2024). *Comercio Internacional: Incoterms 2024*. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/comercio-internacional-incoterms-2024-mart%C3%ADn-ch%C3%A1vez-gallardo-23zfe>
- Clavijo, C. (07 de marzo de 2023). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/internacionalizacion>
- Codeso Mapa. (2024). *Mapa del Ecuador*. Obtenido de [https://satellites.pro/mapa\\_de\\_Ecuador#G](https://satellites.pro/mapa_de_Ecuador#G)
- Comité de Comercio Exterior (COMEX). (2023). Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/comex/>
- Consejo Europeo, (Food and Drug Administration) FDA. (2020). *Fitosanidad y sanidad*. Obtenido de

- <https://www.consilium.europa.eu/es/policias/animal-plant-health-package/plant-health/>
- Datosmacro. (2023). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/esperanza-vida/espana>
- Datosmacro; Statista; Banco de España. (2023). Obtenido de [https://clientebancario.bde.es/pcb/es/menu-horizontal/productoservici/relacionados/tiposinteres/guia-textual/tiposinteresrefe/Tabla\\_tipos\\_de\\_interes\\_legal.html](https://clientebancario.bde.es/pcb/es/menu-horizontal/productoservici/relacionados/tiposinteres/guia-textual/tiposinteresrefe/Tabla_tipos_de_interes_legal.html)
- Editorial Etecé. (2021). Obtenido de <https://concepto.de/oferta/>
- Editorial Etecé. (2023). Obtenido de <https://concepto.de/economia/>
- Equipo Beedigital. (2023). *Diferentes estrategias de internacionalización de una empresa*. Obtenido de <https://www.beedigital.es/impulsanegocio/diferentes-estrategias-de-internacionalizacion-de-una-empresa/#::~:~:text=Estrategia%20global,-La%20estrategia%20global&text=Se%20trata%20de%20una%20estrategia,pa%C3%ADses%20extranjeros%20mediante%20ramas%20subsidiar>
- España Exportación e Inversiones . (2023). *Ficha técnica del estado de Florida*. Obtenido de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/078/documentos/2024/02/anexos/2023-ficha-tecnica-estado-florida.pdf>
- FAO. (06 de Noviembre de 2019). *Organizacion de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación*. Obtenido de <https://www.fao.org/ecuador/noticias/detail-events/en/c/1246819/>
- Farez, F. (2021). *Repositorio de la Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21501/1/UPS-CT009464.pdf>
- Franco Crespo, C., Morales Carrasco, L., Lascano Aimacaña, R., & Cuesta Chávez, G. (2019). Dinámica de los pequeños productores de leche en la sierra centro de Ecuador. *Scielo*, 1-16.
- Giraldo, V. (2019). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/mercadotecnia-internacional/>

Google imágenes . (2024).

Google Trends. (2024). Obtenido de <https://trends.google.es/trends/explore?date=today%20-1m&geo=US&q=queso%20cheddar&hl=es>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2020). *Metodología de la investigación*. México: Graw-Hill.

Hill, C. (2020). *Negocios Internacionales. Competencia en el mercado global*. Mexico: McGraw-Hill.

Hill, C. (2020). *Negocios Internacionales. Competencia en el mercado global*. Mexico: McGraw-Hill.

ICEX. (2020). *Ventajas de Estados Unidos, Florida*. Obtenido de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/documentos/el-exportador/observatorio/acuerdo-canad%C3%A1-eeuu-m%C3%A9xico/costesEEUU.pdf>

Imaginario, A. (25 de 08 de 2020). *Globalizacion*. Obtenido de <https://www.significados.com/globalizacion/>

ITC (mapa de acceso al mercado). (2023). Obtenido de <https://www.macmap.org/es/>

Machado Loja, D. P., & Faicán Muñoz, M. A. (10 de Marzo de 2021). *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16131/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-609.pdf>

Martínez Vasallo, A., Ribot Enríquez, A., Riverón Alemán, Y., Remón Díaz, D., Martínez García, Y., Jacsens, L., & Uyttendaele, M. (2019). *Staphylococcus aureus en la cadena productiva del queso fresco artesanal*. Scielo, 1-5.

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *Ecuador se nutre de leche y el sector lácteo se fortalece con apoyo del Gobierno Nacional*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-se-nutre-de-leche-y-el-sector-lacteo-se-fortalece-con-apoyo-del-gobierno-nacional/#:~:text=Pero%20la%20producci%C3%B3n%20de%20leche,litros%20diarios%20de%20leche%20cruda>.

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2022). Obtenido de Cancillería del Ecuador : <https://www.cancilleria.gob.ec/2020/06/10/relaciones-bilaterales/>

Mordor Intelligence. (2021). *Mordor Intelligence*. Obtenido de Cheddar Cheese tamaño del mercado y análisis de acciones-Tendencias y pronósticos de crecimiento (2023-2028): <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/cheddar-cheese-market>

OffShore Company Corp. (2021). *¿Cuál es la economía de Florida?* Obtenido de <https://www.offshorecompanycorp.com/ec/es/insight/jurisdiction-update/what-is-the-economy-in-florida>

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura. (2022). *FAO*. Obtenido de Portal lácteo: mercados y comercio: <https://www.fao.org/dairy-production-products/socio-economics/markets-and-trade/es/>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (03 de Septiembre de 2018). *FAO*. Obtenido de <https://www.fao.org/ecuador/noticias/detail-events/es/c/1151391/>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2024). Obtenido de *FAO*: <https://www.fao.org/dairy-production-products/production/es/>

Organización Internacional del Trabajo. (2020). Obtenido de [https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_561495/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_561495/lang--es/index.htm)

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2024). *Marcas*. Obtenido de [https://www.wipo.int/es/web/trademarks#:~:text=Una%20marca%20es%20un%20signo,propiedad%20intelectual%20\(PI\)%20protegidos.](https://www.wipo.int/es/web/trademarks#:~:text=Una%20marca%20es%20un%20signo,propiedad%20intelectual%20(PI)%20protegidos.)

Ortega, C. (2023). *Investigación analítica*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-analitica/>

Peiro, A. (2024). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

- Pilco, W. (2018). *Repositorio de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11958/1/52T00491.pdf>
- Quiroa, M. (2019). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Rojas, R. (2024). *Medios de transporte*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/480457106/CUADRO-COMPARATIVO-DE-LOS-MEDIOS-DE-TRANSPORTE>
- Roldán, C. (02 de Diciembre de 2020). *Estudio de Mercado*. Obtenido de <https://cheestories.eu/wp-content/uploads/2024/06/DOC2020866339.pdf>
- Roldán, P. (2020). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Ruano Malquin , Y. A., & Suárez Carrillo, L. M. (2022). *Repositorio UPEC* . Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1575/1/573-%20RUANO%20YOMARA%20-%20SU%c3%81REZ%20LADY.pdf>
- Santander Trade. (2024). *cifras del Comercio Exterior*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/cifras-comercio-exterior>
- SeaRates. (2024). *Logistica* . Obtenido de <https://www.searates.com/user/logistics-explorer/?id=3377695>
- Silva, D. d. (2023). Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>
- SWI. (2022). *Florida, el estado de más rápido crecimiento* . Obtenido de <https://www.swissinfo.ch/spa/florida-el-estado-de-ee-uu-de-m%C3%A1s-r%C3%A1pido-crecimiento-en-el-%C3%BAltimo-a%C3%B1o/48158972>
- Trade Map. (2023). *trademap*. (2023). Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3%7c%](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%)


7c%7c%7c%7c040640%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1  
%7c%7c1

(WIPO) World Intellectual Property Organization; Oficina Europea de Patentes (OEP). (2022). *Datos y cifras de la OMPI sobre PI*. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo-pub-943-2022-es-wipo-ip-facts-and-figures-2022.pdf>

ZULACTEOS, E. (02 de 12 de 2024). Misión y Visión de la mepresa.

## VII. ANEXOS

### Anexos 1 Entrevista

 <b>DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA</b>				
<b>Nro. Formulario</b>				001
<b>Nombres y apellidos:</b> Franklin Aguilar				
<b>Edad:</b>	<b>Género</b> Femenino	<input type="checkbox"/>	<b>Género</b> Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Cargo:</b> Dueño de la empresa				
<b>Propósito:</b> El formulario de la entrevista pretende desarrollar el tema de investigación denominado "Oportunidades de mercados Internacionales para la comercialización de queso maduro cheddar de la Empresa ZULACTEOS S.A. de la parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura"				
<b>Instrucciones:</b> Por favor en las preguntas cerradas marcar con una X, puede ser opción múltiple, las demás preguntas escribir sus respuestas.				
<b>GUÍA DE PREGUNTAS ABIERTAS</b>				
<b>Pregunta 1. ¿En qué año se fundó la empresa?</b>				
La empresa se fundó en el año 2014, lo fundamos con mi esposa e hijos y desde ahí tiene actividad en el mercado local en Zuleta donde yo vivo y referencia donde yo vivo tiene el nombre de ZULACTEOS, comencé con la elaboración de queso y la venta de leche al consumidor local.				
<b>Pregunta 2. ¿Cómo es la estructura organizacional de la empresa?</b>				
Está conformada por 5 personas que están a la cabeza de la empresa las cuales son: Presidente: Franklin Aguilar Secretaria: Ana Chicaiza Contadora				

Operarios: 2	
<b>Pregunta 3. ¿Cuántos trabajadores tienen por área de trabajo?</b>	
Tengo 5 personas por área de trabajo, en gerencia, en producción es donde más tengo ya que me ayudan a realizar el queso, el yogurt que también hago.	
<b>Pregunta 4. ¿Cuál es la frecuencia de venta diario? ¿Semanal, mensual de acuerdo a la presentación?</b>	
Detalle	<b>Frecuencia</b>
Diario	<b>La de 500 gramos se vende más</b>
Semanal	
Mensual	
<b>Pregunta 5. ¿Cuál es la presentación del queso maduro cheddar que vende en mayor cantidad? (seleccionar solo uno)</b>	
100 gr	<input type="checkbox"/>
200 gr	<input type="checkbox"/>
300 gr	<input type="checkbox"/>
400 gr	<input type="checkbox"/>
500 gr	<input checked="" type="checkbox"/>
1000 gr	<input type="checkbox"/>
<b>Pregunta 6. ¿Cómo es el proceso de producción del queso maduro cheddar?</b>	
Empezamos con la recepción de la leche pasando por tratamientos de descontaminación para eliminar microbios que puedan afectar la producción y en si la salud del cliente, seguido a esto se procede a la separación del suero utilizando ácidos lácticos o cuajo, cuando la coagulación haya terminado, la cuajada posteriormente será cortada con cuchillos en la tina de pasteurización, a continuación se procede con el desuerado de la cuajada después del desuero se lleva a una tina para poder ponerle madurativo para que tenga la textura de queso maduro entre más madurativo se ponga el queso madura más rápido teniendo esa consistencia de queso maduro cheddar después se lleva a los moldes y se	

procede al salado del queso se pone salmuera donde ayuda a mantener el tiempo y la conservación para que no se dañe por el madurativo, termina todo el proceso y se lleva al empacado al vacío ya que es recomendable para el producto tenga más tiempo de duración.

**Pregunta 7. ¿Cuáles son los costos de producción del queso maduro cheddar?**

El costo de producción no le puedo ayudar detalladamente ya que varían no a cada rato pero en la leche si varía ya que yo compro la leche a 0,49 centavos a los pequeños lecheros de la comunidad.

**Pregunta 8. ¿Ha exportado el queso maduro cheddar?**

Si

No

**Pregunta 9. ¿Cuál es la cantidad de producción durante los últimos cinco años? (Los datos deben ser de la presentación de queso maduro cheddar que vende en mayor cantidad)**

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Cantidad en unidades					

La verdad no le puedo detallar cual es la cantidad de producción que llevo del queso pero la presentación que más vendo es el de 500 gramos, ya que he tenido bajas y altas y no llevo una contabilidad exacta del producto.

**Pregunta 10. ¿Cuál es el precio durante los últimos cinco años? (Los datos deben ser de la presentación de queso maduro cheddar que vende en mayor cantidad)**

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Precio unitario 500 gramos	2,10	2,10	2,20	2,20	2,40

**Pregunta 11. ¿Qué considera que le hace falta a su producto para poder exportarlo?**

No le podría decir que le hace falta a mi producto. Porque para poder exportarlo necesito de mucha experiencia en quesos y conocer más a los consumidores, pero creo que me haría falta más calidad y técnica en el queso para poder exportar.

<b>Pregunta 12. ¿Conoce sobre normas y requisitos técnicos para la producción?</b>
Si conozco las normas y los requisitos que se necesitan para elaborar los quesos, he seguido a línea cada uno de estos que pide para su elaboración.
<b>Pregunta 13. ¿Conoce sobre normas de registros sanitario y etiquetado?</b>
Si conozco sobre estas normas de registro sanitario y el etiquetado que debe de tener los productos que elaboro porque no solo hago quesos si no también yogurt, pero me hace falta técnica o quizá aprender más estar al día en esto.
<b>Pregunta 14. ¿Cuáles son sus consumidores?</b>
Mis mayores consumidores son los de mi comunidad de Zuleta, ellos son los que llegan a la fábrica a comprar queso y yogurt también, las comunidades que me rodean y a las personas que comercializan este producto y en los feriados las personas que llegan de otro lugar.
<b>Pregunta 15. ¿Cuál es su competencia?</b>
Mi competencia es dentro de mi comunidad y también fuera, es decir dentro de mi comunidad las personas que realizan los quesos de manera artesanal o en casa y de fuera de mi comunidad ya vienen las empresas que también producen queso en especial a nivel Imbabura.
<b>Pregunta 16. ¿Cuál es la cantidad que comercializa a nivel nacional del queso maduro cheddar?</b>
Detalladamente no le puedo ayudar con la información, ya que no llevo una contabilidad exacta de cuantos queso comercializo ya que a nivel nacional no, pero si a nivel local lo que es Imbabura unos sectores como Zuleta, San Pablo, Araque, Angla, etc. A estas son donde más vendo queso.
<b>Pregunta 17. ¿Conoce sobre las certificaciones internacionales?</b>
La verdad no he consultado y no se sobre las certificaciones internacionales ya que no he tenido un enfoque de que mi producto salga del país porque

sé que le hace falta mucho para eso, pero si en un futuro se da y puedo sacar mi producto fuera del país sería un gran sueño.

## Anexos 2 Tabla de amortización

### MÉTODO FRANCÉS

	<b>Cuota</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>	<b>Saldo</b>
0				\$ 64.955,04
1	\$ 1.593,42	887,72	\$ 705,70	\$ 64.249,34
2	\$ 1.593,42	878,07	\$ 715,34	\$ 63.534,00
3	\$ 1.593,42	868,30	\$ 725,12	\$ 62.808,88
4	\$ 1.593,42	858,39	\$ 735,03	\$ 62.073,84
5	\$ 1.593,42	848,34	\$ 745,08	\$ 61.328,77
6	\$ 1.593,42	838,16	\$ 755,26	\$ 60.573,51
7	\$ 1.593,42	827,84	\$ 765,58	\$ 59.807,93
8	\$ 1.593,42	817,38	\$ 776,04	\$ 59.031,89
9	\$ 1.593,42	806,77	\$ 786,65	\$ 58.245,24
10	\$ 1.593,42	796,02	\$ 797,40	\$ 57.447,84
11	\$ 1.593,42	785,12	\$ 808,30	\$ 56.639,54
12	\$ 1.593,42	774,07	\$ 819,34	\$ 55.820,19
13	\$ 1.593,42	762,88	\$ 830,54	\$ 54.989,65
14	\$ 1.593,42	751,53	\$ 841,89	\$ 54.147,76
15	\$ 1.593,42	740,02	\$ 853,40	\$ 53.294,36
16	\$ 1.593,42	728,36	\$ 865,06	\$ 52.429,29
17	\$ 1.593,42	716,53	\$ 876,88	\$ 51.552,41
18	\$ 1.593,42	704,55	\$ 888,87	\$ 50.663,54
19	\$ 1.593,42	692,40	\$ 901,02	\$ 49.762,52
20	\$ 1.593,42	680,09	\$ 913,33	\$ 48.849,19
21	\$ 1.593,42	667,61	\$ 925,81	\$ 47.923,38
22	\$ 1.593,42	654,95	\$ 938,47	\$ 46.984,91
23	\$ 1.593,42	642,13	\$ 951,29	\$ 46.033,62
24	\$ 1.593,42	629,13	\$ 964,29	\$ 45.069,33
25	\$ 1.593,42	615,95	\$ 977,47	\$ 44.091,86
26	\$ 1.593,42	602,59	\$ 990,83	\$ 43.101,03
27	\$ 1.593,42	589,05	\$ 1.004,37	\$ 42.096,66
28	\$ 1.593,42	575,32	\$ 1.018,10	\$ 41.078,56
29	\$ 1.593,42	561,41	\$ 1.032,01	\$ 40.046,55

30	\$ 1.593,42	547,30	\$ 1.046,12	\$ 39.000,43
31	\$ 1.593,42	533,01	\$ 1.060,41	\$ 37.940,02
32	\$ 1.593,42	518,51	\$ 1.074,91	\$ 36.865,11
33	\$ 1.593,42	503,82	\$ 1.089,60	\$ 35.775,52
34	\$ 1.593,42	488,93	\$ 1.104,49	\$ 34.671,03
35	\$ 1.593,42	473,84	\$ 1.119,58	\$ 33.551,45
36	\$ 1.593,42	458,54	\$ 1.134,88	\$ 32.416,57
37	\$ 1.593,42	443,03	\$ 1.150,39	\$ 31.266,18
38	\$ 1.593,42	427,30	\$ 1.166,11	\$ 30.100,06
39	\$ 1.593,42	411,37	\$ 1.182,05	\$ 28.918,01
40	\$ 1.593,42	395,21	\$ 1.198,21	\$ 27.719,81
41	\$ 1.593,42	378,84	\$ 1.214,58	\$ 26.505,23
42	\$ 1.593,42	362,24	\$ 1.231,18	\$ 25.274,04
43	\$ 1.593,42	345,41	\$ 1.248,01	\$ 24.026,04
44	\$ 1.593,42	328,36	\$ 1.265,06	\$ 22.760,98
45	\$ 1.593,42	311,07	\$ 1.282,35	\$ 21.478,62
46	\$ 1.593,42	293,54	\$ 1.299,88	\$ 20.178,75
47	\$ 1.593,42	275,78	\$ 1.317,64	\$ 18.861,10
48	\$ 1.593,42	257,77	\$ 1.335,65	\$ 17.525,45
49	\$ 1.593,42	239,51	\$ 1.353,90	\$ 16.171,55
50	\$ 1.593,42	221,01	\$ 1.372,41	\$ 14.799,14
51	\$ 1.593,42	202,25	\$ 1.391,16	\$ 13.407,98
52	\$ 1.593,42	183,24	\$ 1.410,18	\$ 11.997,80
53	\$ 1.593,42	163,97	\$ 1.429,45	\$ 10.568,35
54	\$ 1.593,42	144,43	\$ 1.448,98	\$ 9.119,37
55	\$ 1.593,42	124,63	\$ 1.468,79	\$ 7.650,58
56	\$ 1.593,42	104,56	\$ 1.488,86	\$ 6.161,72
57	\$ 1.593,42	84,21	\$ 1.509,21	\$ 4.652,51
58	\$ 1.593,42	63,58	\$ 1.529,83	\$ 3.122,68
59	\$ 1.593,42	42,68	\$ 1.550,74	\$ 1.571,94
60	\$ 1.593,42	21,48	\$ 1.571,94	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 95.605,12</b>	<b>\$ 30.650,08</b>	<b>\$ 64.955,04</b>	

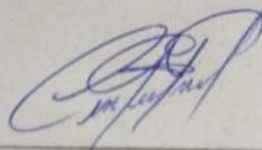
### **Anexos 3** Acta de autorización

## **CARTA DE AUTORIZACIÓN**

Tulcán, 01 de octubre del 2023

Yo, **AGUILAR CASCO FRANKLIN EDISON** con cédula de identidad CI: **1003372107** en calidad de **GERENTE PROPIETARIO** de **PRODUCTOS LÁCTEOS ZULETA** autorizo a **QUINCHIGUANGO CAMACHO JENIFER LIZBETH** con cédula de identidad CI: **1725429227**, a realizar la investigación para la elaboración de su proyecto de titulación, **“OPORTUNIDADES DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE QUESO MADURO CHEDDAR DE LA EMPRESA ZULACTEOS S.A. DE LA PARROQUIA ANGOCHAGUA PROVINCIA DE IMBABURA”** basada en la información proporcionada por la empresa para fines académicos que se realizará en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

**Atentamente;**



---

**Sr. AGUILAR CASCO FRANKLIN EDISON**  
**GERENTE PROPIETARIO**  
**CI: 1003372107**

# Anexos 4 Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



## UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

### ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	QUINCHIGUANGO CAMACHO JENIFER LISBETH	CÉDULA DE IDENTIDAD:	1725429227
PERIODO ACADÉMICO:	2024B		
PRESIDENTE TRIBUNAL	PHD. GUSTAVO JAVIER TERÁN ROSERO	DOCENTE TUTOR:	MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CADENA
DOCENTE:	MSC. ROBERTH PATRICIO PÉREZ QUIROZ		
TEMA DEL TIC:	"OPORTUNIDADES DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE QUESO MADURO CHEDDAR DE LA EMPRESA ZULACITEOS S.A. DE LA PARROQUIA ANGOCHAGUA, PROVINCIA DE IMBABURA "		
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	8,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8,00	
3	METODOLOGÍA	8,00	
4	RESULTADOS	8,00	Revisar estudio financiero y proyecciones
5	DISCUSIÓN	8,00	
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	8,00	
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	8,00	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8,00	

Obteniendo una nota de: 8,00 Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el jueves, 12 de diciembre de 2024

  
PHD. GUSTAVO JAVIER TERÁN ROSERO  
PRESIDENTE TRIBUNAL

  
MSC. ROBERTH PATRICIO PÉREZ QUIROZ  
DOCENTE

  
MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CADENA  
DOCENTE TUTOR

Anexos 5 Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND  
NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
<b>NAME:</b> Quinchiguango Camacho Jenifer Lizbeth				
<b>DATE:</b> 21 de enero de 2025				
<b>Topic:</b> Oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de queso maduro cheddar de la empresa ZULACTEOS S.A de parroquia Angochagua, Provincia de Imbabura.				
<b>MARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	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 type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>WRITING COHESION</b>	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"/>
<b>ARGUMENT</b>	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"/>
<b>CREATIVITY</b>	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"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	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 checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		<b>TOTAL 9</b>	



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

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o  
Investigación.**

**Autor:** Quinchiguango Camacho Jenifer Lizbeth  
**Fecha de recepción del abstract:** 20 de enero de 2025  
**Fecha de entrega del informe:** 21 de enero de 2025

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 la rúbrica de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9; por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



MA. Martha Viveros

Docente responsable del  
CIDEN

## Anexos 6 Registro Fotográfico



