



**Pontificia Universidad Católica del Ecuador**

**Sede Ibarra**

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE  
AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN  
CAYAMBE.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO Y  
NEGOCIOS INTERNACIONALES

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Negocios internacionales E.1

AUTORA: GÉNESIS STEFANÍA ALARCÓN VEGA

ASESORA: Mgs. YOLANDA LILIANA BEJARANO MUÑOZ

IBARRA, MARZO 2019

## CERTIFICACIÓN DE ASESOR

Ibarra, 29 marzo de 2019

Mgs. Yolanda Bejarano

ASESORA

### CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f:)  .....

Mgs. Yolanda Liliana Bejarano Muñoz

C.C.: 1002006938

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f):  .....

Mgs. YOLANDA LILIANA BEJARANO MUÑOZ

C.C.: 100200693-8

(f):  .....

Mgs. MARCELA FERNANDA CORONEL PINDUISACA

C.C.: 1003002738

(f):  .....

Mgs. HECTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR

C.C.: 100241385-2

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo ALARCÓN VEGA GÉNESIS STEFANÍA, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 29 marzo del 2019

f): .....

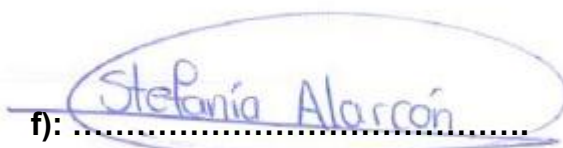
Alarcón Vega Génesis Stefanía

C.C.: 120713903-9

## AUTORÍA

Yo, Alarcón Vega Génesis Stefanía, portadora de la cédula de ciudadanía N° 120713903-9, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de la autora, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f):



**Alarcón Vega Génesis Stefanía**

**C.C.: 120713903-9**

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en base a los lineamientos necesarios para la estructuración de un contenido de exportación, para la empresa Mishky Huarmy, misma que ha pretendido lanzar al mercado internacional un producto que se deriva de la penca, llamado miel de agave, mismo que ha sido producido en la empresa y puesto a consideración de los consumidores por iniciativa propia de los propietarios.

Se ha planteado el cumplimiento del análisis de los mercados existentes a nivel internacional en todo lo que tiene que ver con agave, resaltándose así la miel de agave por sus beneficios para la salud y su capacidad de reemplazar a otros azúcares o endulzantes.

El objetivo principal de esta investigación fue determinar un posible mercado potencial para la exportación de la savia (miel) de agave, para esto fue necesario investigar los mercados con mayor exportaciones e importaciones a nivel mundial, para la selección del país se escogió a los tres principales importadores en los últimos años, tomando en cuenta factores logísticos, legales y geográficos, el resultado fue Estados Unidos como el país más favorable para realizar la exportación del producto.

Se aplicó una investigación de tipo cuali-cuantitativa, con un enfoque analítico y descriptivo, analizado de tal manera la existencia de criterios de expertos y el conocimiento de las personas enroladas en el medio, complementando así el trabajo con la observación mediante los sentidos propios del investigador.

Pudiendo de esta manera concretar la: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN CAYAMBE.

**Palabras claves:** Investigación de mercados, mercado internacional, miel de agave, exportación

## **ABSTRACT**

The present investigation was developed based on the necessary guidelines for the structuring of an export content, for the company Mishky Huarmy, which has tried to launch a product derived from the penca, called agave honey, to the international market. It has been produced in the company and put to the consideration of the consumers by own initiative of the owners.

The fulfillment of the analysis of existing international markets in everything related to agave has been raised, highlighting agave honey for its health benefits and its ability to replace other sugars or sweeteners.

The main objective of this research was to determine a possible potential market for the export of agave honey, for this it was necessary to investigate the markets with the highest exports and imports worldwide, for the country selection, the three Main importers in recent years, taking into account logistical, legal and geographical factors, the result was the United States as the most favorable country to export the product.

A qualitative-quantitative research has been applied, with an analytical and descriptive approach, analyzed in such a way the existence of expert criteria and the knowledge of people enrolled in the environment, thus complementing the work with observation through the proper senses of the researcher.

Being able to specify the following: market research for the export of savia de agave (miel) from the company "mishky huarmy" from cayambe canton.

### **Keywords:**

Market research, International market, Agave Honey, Export

## DEDICATORIA

*Mi Trabajo de titulación está dedicado a mi madre quien es el pilar fundamental para cumplir cada objetivo que me he trazado a lo largo de mi vida, ella ha hecho posible mi superación académica gracias a su esfuerzo, amor, paciencia, consejos y recursos para hoy cumplir una de mis metas tan anheladas; Te admiro mucho madre este es un triunfo en conjunto un sueño que ambas teníamos y hoy se está cumpliendo.*

**Génesis Stefanía Alarcón Vega**

## AGRADECIMIENTO

*Para empezar, quiero agradecer a Dios por las bendiciones recibidas y por escuchar mis oraciones para permitirme culminar esta etapa de mi vida, ya que a pesar de los obstáculos siempre he pedido sabiduría para tomar las mejores decisiones para mi vida.*

*También quiero agradecer a mis padres, a mi hermanita y a toda mi familia por su apoyo incondicional en cada situación a la que me enfrentaba.*

*A mi esposo quien fue mi complemento y mi motivación para juntos culminar la carrera universitaria.*

*Asimismo, agradecer a mi asesora Mgs. Yolanda Bejarano quien aportó con sus conocimientos académicos y personales para culminar esta etapa, por tal razón le expreso mi profundo respeto, consideración y admiración.*

*Finalmente, a todos mis profesores que contribuyeron de manera significativa con mi formación académica y personal.*

**Génesis Stefanía Alarcón Vega**

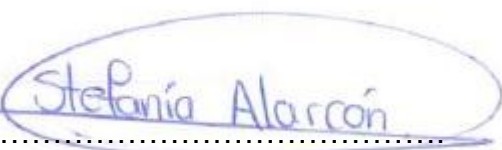
## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: Alarcón Vega Génesis Stefanía, con CC: 120713903-9, autora del trabajo de grado intitulado: **“INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN CAYAMBE**”, previo a la obtención del título profesional de “Ingeniera en comercio y negocios internacionales”, en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional “ENCI”.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ibarra, 29 marzo del 2019

(f.)  .....

Alarcón Vega Génesis Stefanía

C.C. 120713903-9

## INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DE ASESOR .....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
AUTORÍA.....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	x
INTRODUCCIÓN .....	xxv
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO .....	1
1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	1
1.1.1 Definición.....	1
1.1.2 Aplicación .....	1
1.1.3 Componentes de la investigación de mercados .....	3
1.1.4 Metodología de la investigación de mercados.....	4
1.2 EXPORTACIÓN.....	5
1.2.1 Definición.....	5

1.2.2 Formas de ingresar a un mercado extranjero .....	5
1.2.3 Estructura de exportación .....	8
1.2.4 Logística de exportación .....	12
1.2.5 Documentos y certificaciones para exportaciones.....	16
1.2.6 Formas y medios de pago internacional .....	18
1.3 SAVIA DE AGAVE .....	19
1.3.1 Agave americana.....	19
1.3.2 Sirope de penco .....	20
1.3.3 Producción de miel de agave .....	20
1.3.4 Valor nutricional .....	21
1.3.5 Proceso Productivo.....	22
1.3.6 Néctar de agave .....	25
1.3.7 Usos y beneficios de la savia de agave (miel).....	25
CAPÍTULO II .....	26
DIAGNÓSTICO .....	26
2.1 ANTECEDENTES.....	26
2.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS .....	27
2.2.1 Objetivo General.....	27
2.2.2 Objetivos Específicos .....	27
2.3 VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO .....	28

2.4 INDICADORES .....	28
2.5 MATRIZ DE RELACIÓN .....	29
2.6 MECÁNICA OPERATIVA .....	31
2.6.1 Población o Universo.....	31
2.6.2 Identificación de la muestra .....	32
2.6.3 Información Primaria.....	32
2.6.4 Información Secundaria.....	33
2.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	34
2.7.1 Guía de observación a las instalaciones de la empresa.....	34
2.7.2 Entrevista a propietaria de la empresa .....	36
2.7.3 Entrevista a colaboradora de la empresa .....	44
2.7.4 Entrevista a vendedora de la empresa .....	47
2.7.5 Entrevista a proveedoras de materia prima de la empresa .....	49
2.8 MATRIZ FODA.....	70
2.9 CRUCE ESTRATÉGICO FA, FO, DO, DA.....	71
2.10 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO .....	73
CAPÍTULO III .....	76
INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	76
3.1 MODELO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN CAYAMBE. ....	76

3.1.1 Evolución de exportaciones .....	76
3.1.2 Principales mercados .....	76
3.1.3 Principales competidores .....	78
3.2 SELECCIÓN DE POTENCIALES MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN	80
3.2.1 México .....	80
3.2.2 Estados Unidos .....	85
3.2.3 Filipinas .....	90
3.3 MATRIZ POAM.....	94
3.4 MERCADO OBJETIVO A NIVEL INTERNACIONAL .....	96
3.4.1 Estados Unidos de América .....	96
3.4.2 Competencia.....	97
3.5 DEMANDA.....	98
3.5.1 Comportamiento histórico de la demanda .....	98
3.6 OFERTA .....	99
3.6.1 Comportamiento histórico de la oferta .....	99
3.7 PROYECCIÓN LINEAL .....	99
3.7.1 Importaciones .....	99
3.7.2 Exportaciones.....	101
3.7.4 Consumo aparente .....	102
3.8 ANÁLISIS DEL SECTOR.....	102

3.8.1 Acuerdos comerciales .....	103
3.9 LOGÍSTICA Y COMERCIALIZACIÓN.....	103
3.10 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN .....	105
3.10.1 Producto .....	105
3.10.2 Precio .....	113
3.10.3 Plaza.....	114
3.10.4 Promoción y publicidad.....	116
3.11 PROPUESTA DE EXPORTACIÓN.....	116
3.11.1 Requisitos y trámites .....	116
CAPÍTULO IV.....	121
ANÁLISIS FINANCIERO.....	121
4.1 DATOS DE ENTRADA .....	121
4.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL .....	122
4.2.1 Resumen de la inversión inicial .....	122
4.2.1.1 Inversión fija .....	122
4.2.1.2 Inversión variable.....	123
4.3 DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL.....	123
4.3.1 Detalle de la inversión fija.....	123
4.3.2 Detalle de la inversión variable / capital de trabajo.....	125
4.3.3 Detalles del gasto administrativo .....	126

4.3.4 Detalles de los gastos de exportación .....	131
4.4 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN .....	132
4.4.1 Determinación del gasto unitario .....	132
4.4.2 Determinación del precio unitario .....	132
4.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO .....	132
4.5.1 Datos financiamiento .....	133
4.5.2 Amortización deuda .....	133
4.6 DETERMINACIÓN COSTO CAPITAL .....	134
4.6.1 Determinación TRM.....	134
4.7 CALCULO DE LA DEPRECIACIÓN .....	134
4.7.1 Depreciación.....	134
4.8 DETERMINACIÓN DE PRESUPUESTOS.....	135
4.8.1 Presupuesto de ingresos (ventas) .....	135
4.8.2 Presupuesto de costos .....	136
4.8.3 Presupuesto de gastos .....	137
4. 9 ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIAMIENTO.....	139
4.9.1 Estado de Resultados.....	139
4.9.2 Presupuesto de Caja .....	140
4.10 BALANCE INICIAL O DE ARRANQUE.....	141

4.11 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO .....	142
4.11.1 Valor Presente Neto .....	142
4.11.2 Costo Beneficio.....	142
4.11.3 Período de Recuperación de la Inversión.....	143
4.11.4 Tasa Interna de Retorno.....	143
4.12 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	144
4.13 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO .....	144
4.13.1 Margen de contribución .....	145
4.13.2 Punto de Equilibrio Unidades Físicas .....	146
4.13.3 PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS.....	146
RESULTADOS.....	147
CONCLUSIONES .....	150
RECOMENDACIONES .....	151
BIBLIOGRAFÍA .....	152
ANEXOS .....	159
ANEXO 1. ANTEPROYECTO.....	159
ANEXO 2. GUIA DE OBSERVACION Y ENTREVISTAS .....	188
ANEXO 3. ENTREVISTAS A FUTURO CLIENTE .....	196
ANEXO 4. FOTOGRAFÍAS.....	200

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Elementos de la investigación de mercados .....	4
Figura 2: Etapas de una investigación de mercado. ....	4
Figura 3: Pasos para la exportación.....	8
Figura 4: Tipos de Aforo.....	10
Figura 5: Tasas Aduaneras.....	11
Figura 6: Tipos de Transporte Internacional .....	15
Figura 7: Incoterms 2010 .....	16
Figura 8: Documentos.....	17
Figura 9: Parámetros para la elección de medios de pago .....	19
Figura 10. Valor nutricional de la savia de agave.....	21
Figura 11: Proceso productivo de la miel de Agave .....	22
Figura 12: Diferentes colores de Savia de Agave .....	24
Figura 13: Matriz de relación.....	30
Figura 14: Resultado observacional.....	35
Figura 15. Cifras de Importaciones de Miel de Agave México .....	84
Figura 16. Cifras de Importaciones de Miel de Agave Estados.....	89
Figura 17. Miel de Agave en Cifras Filipinas .....	93
Figura 18. Logística Ecuador .....	104

Figura 19. Presentación del producto .....	105
Figura 20. Etiqueta de la Savia de Agave .....	111
Figura 21. Presentación del empaque. ....	112
Figura 22. Paletizado de cajas.....	112
Figura 23. Paletizado Total. ....	113
Figura 24. Canal de Distribución.....	115
Figura 25. Documentos que acompañan a la DAE. ....	119
Figura 26. Documentos Post-Embarque.....	120
Figura 27. Empresa Mishky Huarmy .....	148
Figura 28. Análisis de Producto. ....	149

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Universo 1 .....	31
Tabla 2: Universo 2 .....	32
Tabla 3. Producción 3 evaporas.....	37
Tabla 4. Costo de Producción del Producto .....	39
Tabla 5: Matriz FODA .....	70
Tabla 6: Matriz FODA cruce estrategias. ....	71
Tabla 7: Importaciones mundiales (miles de dólares) .....	76
Tabla 8: Principales países importadores del mundo (miles de dólares) .....	77
Tabla 9: Principales competidores a Nivel Mundial (miles de dólares) .....	78
Tabla 10: Exportaciones a Nivel Mundial (miles de dólares).....	78
Tabla 11: Mercados exportadores de savia de agave.....	79
Tabla 12. Factores socioeconómicos de Mexico.....	81
Tabla 13 Acceso físico desde Ecuador a México.....	82
Tabla 14 Costos de Exportación vía marítima.....	83
Tabla 15 Costos de Exportación vía aérea .....	83
Tabla 16 Factores socioeconómicos de Estados Unidos.....	85
Tabla 17. Acceso físico desde Ecuador a Estados Unidos .....	87
Tabla 18. Costos de Exportación vía marítima .....	88
Tabla 19. Costos de Exportación vía aérea .....	88

Tabla 20. Factores socioeconómicos de Estados Unidos .....	91
Tabla 21. Acceso físico desde Ecuador a Filipinas .....	92
Tabla 22. Costos adicionales para la exportación a Filipinas .....	93
Tabla 23. Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio .....	94
Tabla 24. Importaciones mundiales Estados Unidos .....	99
Tabla 25. Exportaciones mundiales Estados Unidos .....	99
Tabla 26. Cálculo proyección de importaciones .....	99
Tabla 27. Proyección de Importaciones .....	100
Tabla 28. Cálculo proyección de exportaciones .....	101
Tabla 29. Proyección de exportaciones .....	101
Tabla 30. Consumo Aparente .....	102
Tabla 31. Tiempo de transito vía marítima hacia Estados Unidos .....	104
Tabla 32. Ficha de Savia de Agave 125 ml .....	108
Tabla 33. Requerimientos para el etiquetado .....	110
Tabla 34. Precio de Exportación .....	114
Tabla 35. Supermercados en Miami .....	115
Tabla 36. Ferias de alimentos en Estados Unidos .....	116
Tabla 37. Inversión inicial .....	122
Tabla 38. Inversión fija .....	122
Tabla 39. Capital de trabajo .....	123

Tabla 40. Detalles inversión fija .....	123
Tabla 41. Costos de producción individuales 125ml .....	125
Tabla 42. Costos de producción individuales 245 ml .....	125
Tabla 43. Resumen de producción de las Artesanías .....	126
Tabla 44. Gastos Administrativos.....	126
Tabla 45. Sueldo del personal.....	127
Tabla 46. Rol de pagos 1er año .....	128
Tabla 47. Rol de pagos 2do año .....	128
Tabla 48. Rol de pagos 3er año .....	129
Tabla 49. Rol de pagos 4to año .....	129
Tabla 50. Rol de pagos 5to año .....	130
Tabla 51. Gastos de exportación .....	131
Tabla 52. Determinación del gasto unitario .....	132
Tabla 53. Determinación del precio unitario .....	132
Tabla 54. Financiamiento del proyecto .....	132
Tabla 55. Datos financiamiento.....	133
Tabla 56. Amortización .....	133
Tabla 57. Determinación costo capital .....	134
Tabla 58. Determinación TRM .....	134
Tabla 59. Depreciación .....	134

Tabla 60. Savia de Agave 125 ml .....	135
Tabla 61. Savia de Agave 245 ml .....	135
Tabla 62. Resumen presupuesto de ventas.....	136
Tabla 63. Savia de Agave 125 ml .....	136
Tabla 64.Savia de Agave 245 ml .....	136
Tabla 65. Resumen presupuesto de costos .....	137
Tabla 66. Presupuesto Gastos Administrativos.....	137
Tabla 67. Presupuesto Gastos Exportación .....	138
Tabla 68.Depreciaciones .....	138
Tabla 69. Total Presupuesto de Gastos.....	139
Tabla 70. Estado Financiero con Financiamiento .....	139
Tabla 71. Flujo de Caja .....	140
Tabla 72. Balance Inicial .....	141
Tabla 73. VAN.....	142
Tabla 74. Costo Beneficio .....	142
Tabla 75. Período de Recuperación de la Inversión .....	143
Tabla 76. TIR .....	143
Tabla 77. Evaluación económica con financiamiento.....	144
Tabla 78. Determinación Punto de Equilibrio .....	144
Tabla 79. Margen de Contribución .....	145

Tabla 80. Punto de Equilibrio .....	145
Tabla 81. Punto de Equilibrio Unidades Físicas.....	146
Tabla 82. Punto de equilibrio en unidades monetarias .....	146

## INTRODUCCIÓN

En Ecuador existe poca producción de productos orgánicos que son capaces de reemplazar a productos que a lo largo del tiempo ocasionan problemas en la salud del consumidor, tal es el caso donde se pretende sustituir la savia de agave procesada naturalmente, que su coloración va cambiando con el tiempo, la diferencia es que los productos convencionales ya vienen estandarizados y solo sirven para endulzar los alimentos.

La falta de conocimiento del producto en los mercados internacionales tiene como consecuencia baja demanda y que este nicho de mercado se encuentre desabastecido, sin embargo, es importante recalcar que el índice glucémico de este producto es muy bajo lo que permite que sea apto incluso para las personas que sufren de diabetes, según información obtenida por la propietaria de la empresa.

El desconocimiento de los procesos a seguir para la exportación y no utilizar las herramientas adecuadas y necesarias para buscar mercados internacionales e ingresar con el producto pueden significar el fracaso en el proceso de internalización, además es necesario contar con personal con conocimientos en comercio exterior para que asesoren al potencial exportador y realicen el debido estudio de mercados para posicionarse en el nicho de mercado escogido.

En la actualidad es esencial fomentar las exportaciones, pero se lo debe hacer con productos innovadores, es decir productos no tradicionales, ya que estos productos son el futuro de las exportaciones ecuatorianas para posicionarse en los mercados internacionales. Además, el proyecto se encuentra direccionado hacia el cumplimiento del objetivo 8 del Plan Nacional de Desarrollo: consolidar el sistema económico, social y solidario, en forma sostenible, y el objetivo 10: impulsar la transformación de la matriz productiva, donde se busca la diversificación productiva en sectores nuevos, tal es así como se pretende dejar a un lado lo tradicional y enfocarse en productos innovadores.

Las exportaciones son primordiales para el sustento de cualquier economía, sin embargo, en la actualidad se ha incrementado la tendencia de requerir productos no tradicionales, por ello se hace necesario introducir productos con valor agregado como los es la savia de agave, ya que es una alternativa natural y orgánica para endulzar las bebidas de una manera diferente.

Mishkyhuarmy (2015)

La empresa “Mishky Huarmy”, se encuentra ubicada en la parroquia de Guachalá, perteneciente al cantón Cayambe desde hace 7 años. El lugar escogido es por la cercanía con los pencos para la extracción de la materia prima para elaborar el producto final. **Mishky Huarmy** pretende reivindicar esta tradición valorando la sabiduría y trabajo de sus productoras, pagando un precio justo y a tiempo. El precio justo compromete a las productoras a resembrar con pencos las áreas de sus terrenos sin cultivar. Solo así podremos garantizar una producción de “chaguarmishky” sostenible en el tiempo. (p.1)

Para la empresa es fundamental fomentar el trabajo de las mujeres de las comunidades, ya que esta tradición de la extracción de la savia se está perdiendo porque la juventud ha perdido el sentido de realizar esta actividad en las comunidades, además que el consumo de este producto también se ha ido perdiendo, debido al consumo de bebidas alcohólicas ya embotelladas.

El objetivo general de la presente investigación es desarrollar la investigación de mercados para la exportación de savia Agave de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe, con la finalidad de identificar el mercado potencial para la exportación de la savia de agave para el cumplimiento se plantean los siguientes objetivos específicos, diagnosticar la situación actual de la empresa “Mishky Huarmy del cantón Cayambe, Analizar los potenciales mercados internacionales para la demanda de savia agave, de manera que se pueda identificar el mercado meta.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

##### **1.1.1 Definición**

La investigación de mercados es la representación del consumidor, ya que los vincula con la empresa para el diseño de planes y estrategias, para la posterior toma de decisiones en base a los estudios previos a realizar además de estudiar al consumidor, crear estrategias para satisfacerlo y reflejar lo que realmente quiere y exige el consumidor.

Alvarado Ramírez (2014) “La investigación de mercados es una herramienta esencial para conocer el comportamiento del consumidor, sus necesidades, deseos y expectativas y en base a ellas crear estrategias de mercadotecnia que nos permitan satisfacer lo que el cliente pide” (p.46)

La investigación de mercados se ha convertido con el pasar de los años en una decisión empresarial necesariamente relacionada con las estrategias planteadas y el marketing dentro de un ambiente competitivo.

##### **1.1.2 Aplicación**

En la investigación de mercados es necesario tener en cuenta las herramientas a utilizar para el desarrollo del tema, además que contribuyen en gran medida a los administrativos de la empresa. Con la utilización de estas herramientas se puede obtener resultados claros sobre el tema específico a investigar y con la información recolectada los administrativos de la empresa podrán tomar decisiones basadas en resultados confiables.

Las herramientas de la investigación de mercados son:

### **1.1.2.1 Encuestas**

Brookins (2017) “Las encuestas son una herramienta de estudio de mercado comúnmente utilizada para recolectar información, ideas y opiniones de los clientes. Éstas pueden distribuirse en persona, por correo o en línea” (p.72). En las encuestas de investigación de mercado no es necesario que se incluyan los nombres para conservar su anonimato, pero si necesarios datos informativos que reflejen indicadores importantes como su sexo y edad.

### **1.1.2.2 Entrevistas**

Brookins (2017) “Las entrevistas individuales pueden mantenerse por teléfono o a través de software de videoconferencia en la red. Un representante de la empresa habla con un cliente para recibir comentarios honestos sobre todo desde el precio del producto hasta el diseño” (p.75). Por lo tanto, las entrevistas personales son altamente importantes para que las empresas adquieran información mediante la opinión de las personas en muchos de los casos el entrevistado no se siente seguro de sí mismo y la información puede re direccionarse a lo contrario de la búsqueda de información real por ende en este tipo de técnicas la estructuración es con preguntas cerradas.

### **1.1.2.3 Grupos focales**

Compartiendo Brookins (2017) afirma que: “Las empresas usan grupos focales para ayudar a determinar el mensaje de comercialización más eficaz para enviar a clientes potenciales, seleccionar sabores para productos, desarrollar la fijación de precios, seleccionar empaque e incluso con el nombramiento de productos y servicios” (p.35). La utilización de esta herramienta tiene el propósito de citar a un número determinado de personas para que discutan y den su punto de vista de un tema específico propuesto, el modelo es similar a las entrevistas sin embargo este modelo es enfocado en obtener información de varias personas, para luego realizar un informe y tomar la empresa la decisión final.

#### **1.1.2.4 Blogs y redes sociales**

Actualmente las personas se sienten identificadas con la utilización de redes sociales y páginas web, ya que dedican muchas horas al día para estar conectados, por esta razón, esta herramienta relativamente nueva frente a las otras ha tenido gran acogida para realizar la investigación de mercados.

Según Brookins (2017) “Los blogs y las redes sociales les dan a los consumidores una oportunidad de expresar sus opiniones sin una encuesta o entrevista. Los clientes están más dispuestos a compartir sus sentimientos verdaderos sobre marcas, productos e ideas” (p.45). Se considera como una herramienta informal porque no es necesario tener un formato específico, además que en las páginas de internet cuentan con herramientas que ayudan a saber cuándo están hablando de determinado producto o marca.

#### **1.1.3 Componentes de la investigación de mercados**

Para la realización de la investigación de mercados, es necesario tener claro los elementos que básicamente son dos: el conocimiento del producto o servicio que la empresa está ofertando y el conocimiento del mercado al que pretende dirigirse, con la ayuda de estos elementos se podrá identificar claramente la situación a la que se va a enfrentar y tomar decisiones.

Philip Kotler (como se citó en Chavarría, 2013) decía en sus libros: “Existen demasiadas compañías que piensan de adentro hacia fuera, en vez de hacerlo de afuera hacia adentro, es decir, están centradas en el producto y no en el mercado” (p.67). Actualmente existen empresas que duran muy poco tiempo sus operaciones económicas, precisamente por no pensar externamente, es decir en el mercado porque quizás el producto ofrecido no era el que demandaba el mercado o no estaba en tendencia para los consumidores.

ELEMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	
CONOCIMIENTO DE PRODUCTO O SERVICIO	CONOCIMIENTO DE SU MERCADO
Necesidades que satisface. Identificación de la ventaja competitiva Monitoreo de las actividades de la competencia como: precio, calidad, diseño, promoción.	Identificación del mercado Tamaño Ubicación Hábitos de compra y motivación. Como se distribuyen los productos.

**Figura 1:** Elementos de la investigación de mercados

**Fuente:** (Loureiro Dios, 2015)

#### 1.1.4 Metodología de la investigación de mercados

Para la realización de la investigación de mercados es necesario seguir una serie de pasos que serán de gran ayuda para cumplir el objetivo central que es saber la información que se requiere para analizar los posibles mercados metas.

A continuación, se presentan las cinco etapas de la investigación de mercado:



**Figura 2:** Etapas de una investigación de mercado.

**Fuente:** (Loureiro Dios, 2015)

## **1.2 EXPORTACIÓN**

### **1.2.1 Definición**

La exportación consiste en vender un producto o servicio fuera del territorio nacional, es decir enviarlo de un país a otro lugar del mundo sin importar la lejanía de un país con el otro.

Según Ventura (2013) “La exportación radica en la división internacional del trabajo. Por otro lado, los países no producen todos los bienes que necesitan, por lo cual se ve en la necesidad de fabricar aquellos que cuentan con una ventaja productiva” (p.89). Las empresas actualmente deciden internacionalizarse por diversos motivos, entre ellos resalta la posibilidad de obtener mayor desarrollo, rentabilidad y competitividad, sin embargo, esto implica tener que adaptar su producto a la exigencia del mercado internacional, tomando en cuenta la oferta y demanda.

### **1.2.2 Formas de ingresar a un mercado extranjero**

Para la empresa es de gran importancia escoger la forma de internacionalización más acorde a las necesidades de la empresa y del cliente final. Marta, Rueda, y Benito (2013) afirma “Las distintas formas de entrada se caracterizan por ciertas variables interrelacionadas: grado de control, compromiso de recursos, coste de salida, potencialidad para ganar conocimiento, etc.” (p.13). Para ello es necesario realizar un estudio completo de las alternativas para tomar una decisión que conlleve al éxito de la exportación.

La exportación es el método que tradicionalmente es usado por las empresas que pretenden internacionalizarse, esta consiste en que un determinado porcentaje de la producción de un bien o servicio es enviado para su comercialización en un mercado diferente al de origen. Existen dos formas para la exportación: directa e indirecta.

### **1.2.2.1 Exportación directa**

Marta, Rueda, y Benito, (2013) afirma “Para poner en marcha esta estrategia, el departamento comercial de la empresa contrata personal experto en comercio exterior y con experiencia en contactos internacionales, y cuando las actividades de exportación adquieren un cierto volumen, se suelen crear departamentos de exportación” (p.65). Es decir, utilizan los canales de distribución propios de la empresa, de esta manera asume todas las etapas de la negociación. La exportación directa tiene grandes ventajas en cuanto a la adquisición de experiencia y posiciona su producto y la empresa en el mercado de manera simultánea.

### **1.2.2.2 Exportación indirecta**

La exportación indirecta es mejor conocida como exportación pasiva, ya que la empresa productora se limita a vender a un intermediario, es decir es similar a venta local, ya que el intermediario es quien hace el proceso aduanero de exportación y llega al consumidor final.

Compartiendo con Marta, Rueda, y Benito, (2013) “La empresa intermediaria aporta experiencia sobre distribución, marketing, negociaciones, etc. así como habilidades administrativas para gestionar acuerdos de exportación y financiación” (p.12).

Por esta razón es que la empresa intermediaria siempre está localizada en el mismo país que la empresa productora.

### **1.2.2.3 Acuerdos de cooperación contractuales**

Los acuerdos de cooperación contractual son aquellos en los que se fusionan dos empresas para beneficio mutuo pero que no implica la creación de una nueva.

**Licencia:**

Es uno de los acuerdos contractuales más conocidos donde consiste en que una empresa negocia con una empresa extranjera para la cesión de los ciertos derechos como del proceso productivo, la marca, patente y activos intangibles a cambio de un pago, ya sea este inicial, de acuerdo al volumen de ventas o ambos. El sistema de licencias, en el cual el licenciante proporciona al licenciatarlo el derecho a usar su propiedad intelectual a cambio de un pago, este sistema implica pocos gastos para el licenciante, es decir, para la empresa que posee los derechos de la propiedad intelectual, debido a que ya ha efectuado la inversión para desarrollarla y, por lo tanto, le corresponde recibir solamente los pagos provenientes del licenciatarlo, los cuales se denominan regalías Cue Mancera, (2015). En este tipo de contrato el licenciatarlo tiene la facilidad de emprender su nuevo negocio con bajos riesgos.

**Franquicia:**

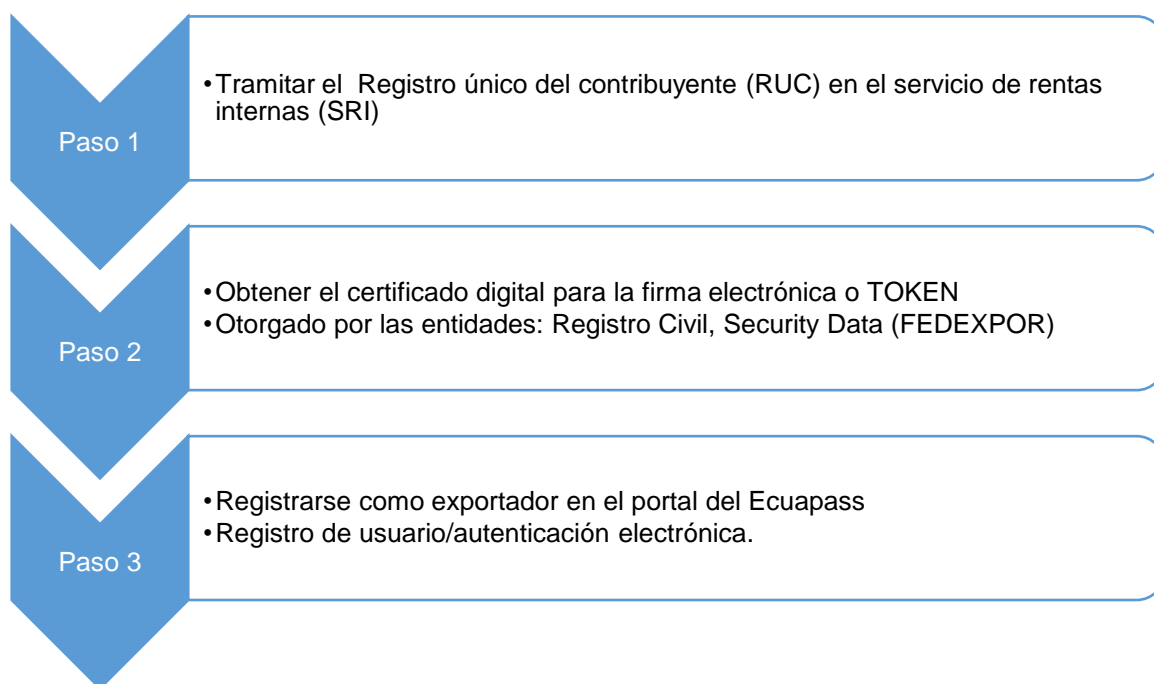
La franquicia es un acuerdo contractual similar a la licencia, ya que de la misma manera una empresa (franquiciador) vende sus procesos productivos sin embargo en este tipo de contrato el franquiciado no puede evolucionar el negocio como a él le parezca ya que el franquiciador establece control sobre la otra parte y a la vez mayor apoyo.

Actualmente esta forma de ingresar a los mercados internacionales es el de mayor crecimiento a nivel mundial. (Castellano Ramírez, 2015) en un contrato de franquicia, el dueño le otorga el derecho a una organización o a un empresario independiente, para operar un negocio a cambio de una compensación, el franquiciador le proporciona marcas comerciales, sistemas operativos, prestigio del producto y servicios de apoyo permanente. Las franquicias son la combinación perfecta de experiencia y prestigio con nuevos negocios.

Es necesario tomar en cuenta que el negocio franquiciador tiene que ser estable y exitoso en su país de origen y reconocidos en otros países, donde ya hubo un sistema similar y tiene excelentes resultados.

### 1.2.3 Estructura de exportación

Para la internacionalización del producto se debe seguir una serie de pasos distintas a las utilizadas en la comercialización del producto en el mercado interno, además toda persona natural, jurídica o extranjera residente en Ecuador puede exportar. Los pasos para la exportación son:



**Figura 3:** Pasos para la exportación  
**Fuente:** (Aduana del Ecuador SENA, 2017)

#### 1.2.3.1 Procedimiento para la exportación

Según Aduana del Ecuador (SENAE, 2017) afirma que la exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una

factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

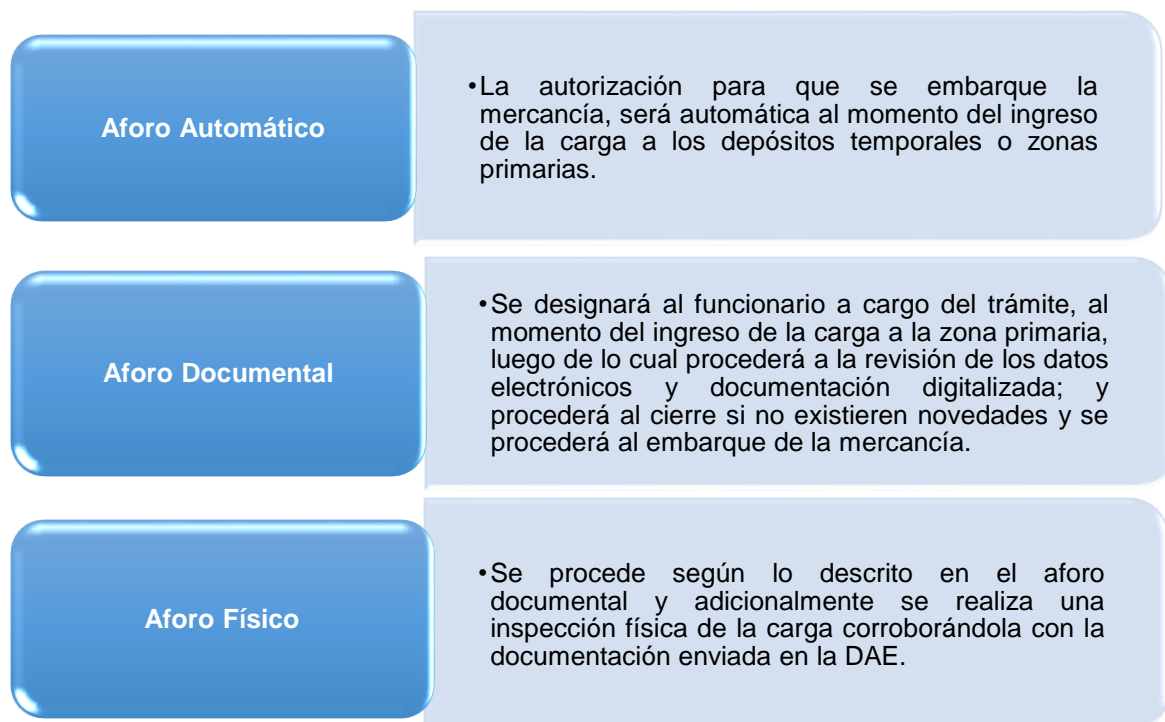
- 1 Del exportador o declarante
- 2 Descripción de mercancía por ítem de factura
- 3 Datos del consignante
- 4 Destino de la carga
- 5 Cantidades
- 6 Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los pasos que están preestablecidos son de gran ayuda para el exportador para que se pueda agilizar el proceso, sin perder tiempo en trámites innecesarios que pueden provocar retrasos en el proceso de internalización. Además, para los pequeños emprendimientos el primer paso para internacionalizarse puede ser asistir a ferias internacionales, donde las personas pueden conocer el producto y comenzar a aceptarlo.

SENAE (2017) “Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación” (P.6)

### **Aforo**

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

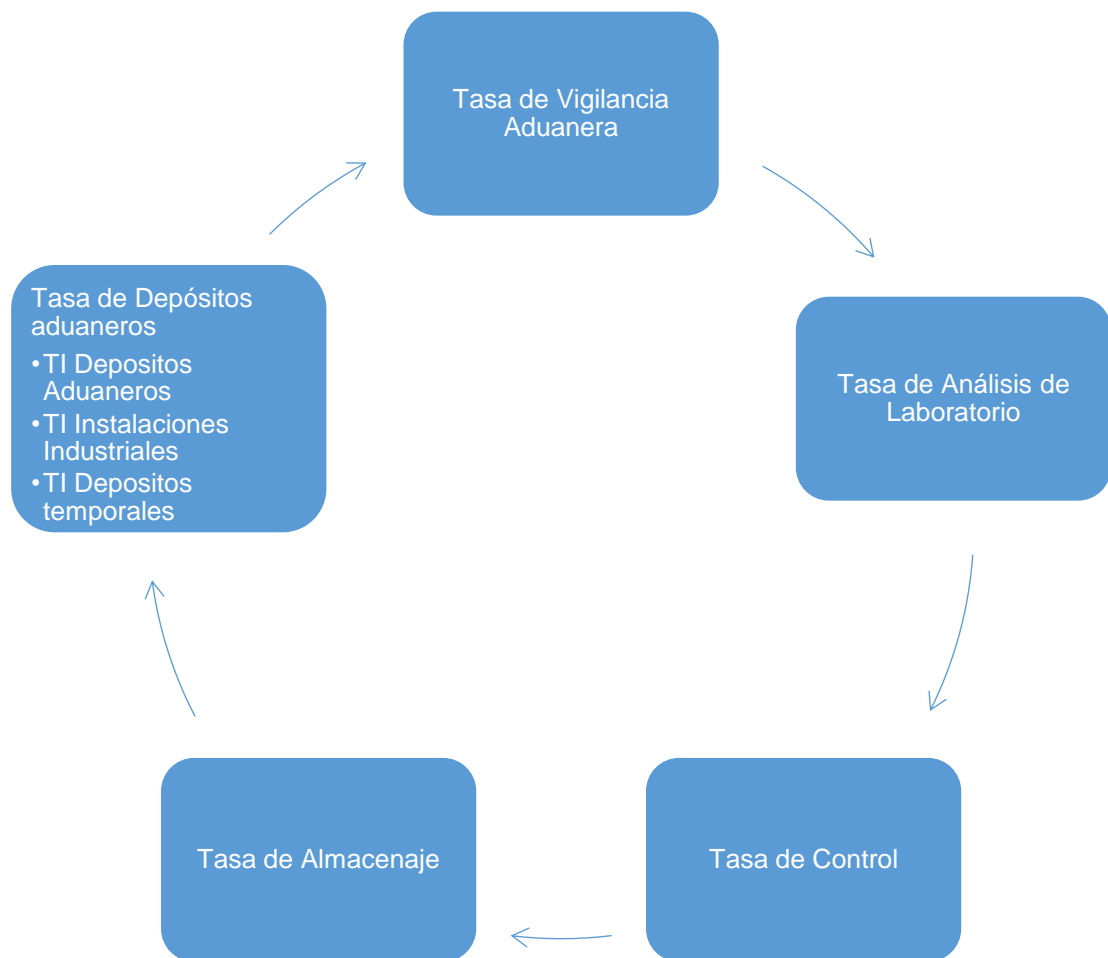


**Figura 4:** Tipos de Aforo

**Fuente:** (Aduana del Ecuador SENA, 2017)

### Tasas Aduaneras

SENAE (2017) menciona que “Son tributos al comercio exterior cuyo hecho imponible consiste en la utilización privativa o el aprovechamiento especial de un servicio dentro de las operaciones aduaneras” (p.3)



**Figura 5:** Tasas Aduaneras  
**Fuente:** (Aduana del Ecuador SENA, 2017)

## Aranceles

Los derechos de aduana aplicados a las importaciones de mercancías se denominan aranceles. Los aranceles proporcionan a las mercancías producidas en el país una ventaja en materia de precios con respecto a las mercancías similares importadas, y constituyen una fuente de ingresos para los gobiernos. OMC, (2018)

Arias, (2014) “Es un instrumento regulador del comercio exterior y debe adaptarse a la dinámica que experimentan los cambios internacionales, así como a las condiciones de producción y comercio del país que lo utiliza” (p.2)

El arancel es una tarifa que indica los derechos a pagar por la importación de mercancías, esto se da con el objetivo de proteger la producción nacional y a la vez para generar ingresos que contribuyen a la mejora de la economía del país a través del cobro de estos derechos que van a variar de acuerdo al tipo de mercancía y a la cantidad que se pretende importar.

### **Tipos de Arancel**

Compartiendo con RECOPCI (2011) los derechos arancelario o tipo de arancel son:

Derechos Arancelarios Ad Valorem, porcentajes aplicados al valor de las mercancías, Derechos Arancelarios Específicos, son recargos fijos de base determinadas con las condiciones de las mercancías, como por ejemplo peso, unidades físicas, dimensiones, etc. Y los derechos arancelarios mixtos la unión de los anteriores derechos, el arancel de exportación concordando con (Faican, 2011), son parte de los tipos de aranceles menos empleados a nivel mundial debido que las mercancías exportadas es determinado por un derecho arancelario para los productos exportados.

#### **1.2.4 Logística de exportación**

La logística a la hora de exportar es una herramienta fundamental, ya que ayuda al sector productivo e incrementa la competitividad del país.

PRO ECUADOR (2017) afirma que la “logística internacional se ha convertido en uno de los sectores claves en el actual entorno económico mundial, suele ser un diferenciador al momento de costear un producto por los ahorros que puede generar” (p.8). Ya que, debido a la importancia de esta actividad en la globalización económica internacional, nuevas tecnologías y soporte a la actividad industrial, lo cual supone que una infraestructura logística internacional adecuada es un elemento imprescindible para el posicionamiento de cualquier país en el panorama económico internacional.

Minervini (2015) “La exportación exige un gran compromiso con algunos conceptos como calidad, creatividad, innovación y profesionalidad, a la vez que, con frecuencia, el tamaño de la empresa es un elemento coadyuvante en esta historia (p.23). Las empresas deben tener en cuenta la logística que implica el proceso de internalización para lograr aumentar la competitividad y lograr posicionarse en el mercado internacional con el producto o servicio que se vaya a comercializar. En la logística dentro de comercio exterior es un proceso que abarca desde la fabricación y compra de la mercancía hasta que llega a hasta el comprador.

Para tomar la decisión de exportar, las empresas generalmente lo hacían cuando entra en crisis el mercado nacional, sin embargo, actualmente lo hacen para aumentar la competitividad y las demandas del mercado local.

#### **1.2.4.1 Distribución física internacional**

Camara de comercio de Bogotá (2015) “La distribución física internacional, conocida por sus siglas DFI, es el proceso logístico que se desarrolla en torno a situar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador” (p.12). La distribución física internacional se plantea como una estrategia para que el producto llegue al mercado preestablecido de manera competitiva, ya que se optimizan costos, tiempo y se logra obtener valor agregado.

#### **1.2.4.2 Costos logísticos**

Según la guía logística internacional proporcionada por Pro Ecuador, los costos logísticos son todos aquellos que comprenden las diversas actividades dentro del comercio internacional de mercancías, los mismos que se pueden dividir en 4 tipos: (ProEcuador, 2017)

**Costos de transporte:** se determina en base a la distancia, volumen, característica del producto, modo de transporte, origen y destino. Dentro de este también se

contabilizan pérdidas, las cuales están relacionadas a los potenciales daños durante el transporte de la mercancía.

**Costos de inventario:** valor determinado en función de variables como el valor del producto, costo de capital, seguros, sistemas de control, embalaje, tiempo de almacenaje, seguridad, etc. En este tipo de costos se incorporan también los costos de deterioro, asociados a daños a mercancía en el almacén.

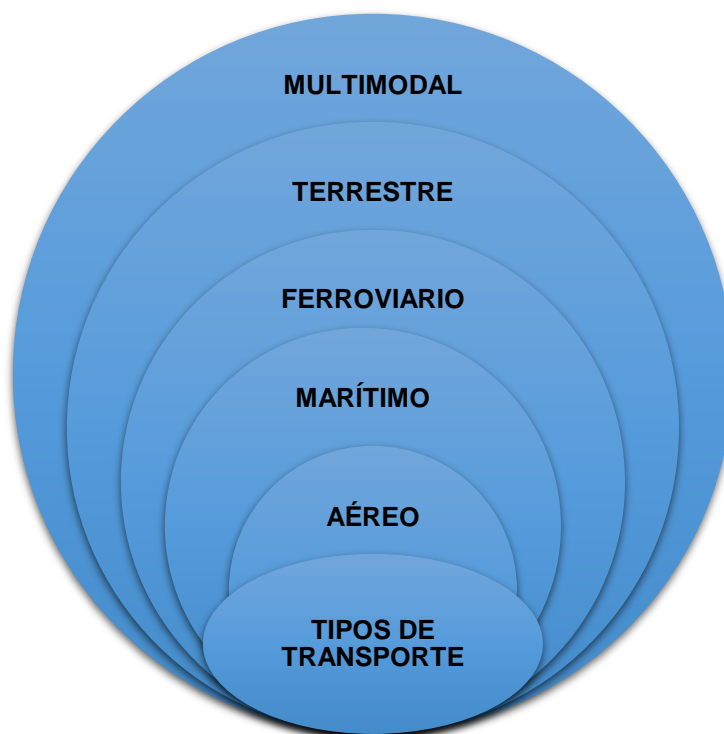
**Costos de almacenaje:** se establece dependiendo del espacio y costo de almacenes utilizados, ubicación, operación de recepción y despacho, gestión y operación del almacén, costo de manipulación, equipamiento, y costo de la mercancía en tránsito.

**Costos administrativos:** depende del número de órdenes procesadas, costo de trámites, procedimientos y documentos, costo de sistemas de comunicación e información, costo de transmisión de datos y de codificación, recepción y manipuleo de suministros, selección de proveedores, costos de seguros, seguridad, pérdidas y aranceles aduaneros.

#### **1.2.4.3 Transporte internacional**

Concordando (Castellano Ramírez, 2015) con es necesario especifica el tipo de transporte a utilizar para la internalización de los productos o servicios, es una pieza fundamental, ya que tiene como principal función el traslado de la mercancía dentro de los plazos establecidos en la negociación previa. Dependiendo de muchos factores se hará la elección del medio de transporte, tales como:

- La naturaleza de la mercancía.
- Tiempo
- Distancia del país de origen con el país de destino
- Valor del flete internacional.
- Infraestructura



**Figura 6:** *Tipos de Transporte Internacional*  
**Fuente:** (ProEcuador, 2017)

#### **1.2.4.4 Incoterms**

Los incoterms son términos creados por la cámara de comercio internacional, no son de uso obligatorio, pero facilitan la negociación, ya que ambas partes acuerdan hasta donde llegan sus obligaciones y derechos según el término de incoterms que estén negociando.

Según afirma Vera (2015) que “el objetivo fundamental es establecer criterios claros y definidos sobre la distribución de los gastos y la transmisión de los riesgos entre las partes en un contrato de compraventa internacional (comprador y vendedor)”.  
(p.6)

## INCOTERMS 2010

MULTIMODAL	MARÍTIMO
EXW (Ex Works)	CFR (Cost and Freight)
FCA (Free Carrier )	CIF (Cost, Insurance and Freight)
CPT (Carrier Paid To )	FAS (Free Alongside Ship)
CIP (Carriage and Insurance Paid To)	FOB (Free On Board)
DAP (Delivered At Place)	
DAT (Delivered At Terminal )	
DDP (Delivered Duty Paid)	

**Figura 7:** Incoterms 2010

**Fuente:** (Vera, 2015)

### 1.2.5 Documentos y certificaciones para exportaciones

#### 1.2.5.1 Documentos

Para proceder a realizar la exportación, es necesario saber que documentos son requeridos para la internalización de los productos. Además, cada documento tiene su costo, y esto es necesario al momento de fijar el precio del producto final a exportar.

González (2013) “Es necesario un cuidado especial al rellenar la documentación. Errores frecuentes como las diferencias en cuanto a la descripción de la mercancía, casillas incompletas en las declaraciones de aduanas, ausencia de instrucciones para disponer de la mercancía” (p.45) pueden provocar retrasos o pérdidas económicas lo cual no es recomendable. Los documentos que acompañan a la declaración aduanera son dos:

Documentos de Soporte	Documentos de Acompañamiento
<p>Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley.</p>	<p>Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía.</p> <p>Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos.</p>
<p><b>Los documentos de soporte son:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Documento de transporte</li> <li>• Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial</li> <li>• Certificado de Origen</li> <li>• Documentos que la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente, considere necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, y siempre que no sean documentos de acompañamiento.</li> </ul>	<p><b>Los documentos de acompañamiento pueden ser:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentos de revisión, algunos países exigirán un reporte de revisión.</li> <li>• Documentos de mercancías peligrosas, en caso de requerirse.</li> <li>• Demás certificados que sean necesarios, esto va a depender del tipo de mercancía a exportar o importar.</li> </ul>

**Figura 8:** Documentos

**Fuente:** (Vera, 2015)

### 1.2.5.2 Certificaciones

Las certificaciones son aquellas que dan la seguridad que el producto es apto para que pueda salir del país e ingresar al mercado meta, sin embargo, los certificados exigidos dependen de las normativas de cada país.

Concordando con ProEcuador (2013) define a las certificaciones como “el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas. Existen un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas claramente transnacionales) dedicadas a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares” (p.17).

De acuerdo a opiniones de varios actores del comercio internacional se puede afirmar que, aunque el cumplimiento de normas internacionales no es de carácter obligatorio, se ha convertido en un requisito indispensable para ingresar a ciertos mercados. Es así que la necesidad de generar confianza en toda la cadena de valor ha permitido que las normas o sellos internacionales se conviertan en una prioridad para las empresas. (ProEcuador, 2013)

ProEcuador (2013) da a conocer que “El Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE), es el órgano oficial en materia de acreditación. Es una entidad técnica de derecho público, con personería jurídica, autonomía administrativa, económica, financiera y operativa, sin fines de lucro, con sede en Quito y competencia nacional” (p.34). Este organismo ecuatoriano se encarga de acreditar según las normas y organismos internacionales, supervisa las entidades que ya han sido acreditadas, esto ocasiona que las empresas puedan aumentar su competitividad a nivel nacional e internacional.

## **1.2.6 Formas y medios de pago internacional**

### **1.2.6.1 Formas pagos internacionales**

En una negociación internacional existen dos partes el exportador (vendedor) y el importador (comprador), en donde el vendedor pretende asegurar el cobro total, por otro lado, el comprador pretenderá recibir el producto o servicio en los términos establecidos. Afirma Rodés (2017) “A la vista de un acuerdo comercial de compraventa de mercancías o servicios entre un exportador y un importador, el medio de cobro y pago que deberá necesariamente pactarse entre ambos presenta varias alternativas y modalidades” (p.65). De hecho, para hacer la elección del medio de pago más adecuado se debe tener en cuenta diferentes aspectos, de tal manera que encontremos la diferencia de uno con otro para hacer la elección correcta, los aspectos a considerar son los siguientes:

Grado de seguridad	Eficacia	Costes Operativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confianza que se le ofrece al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapidez</li> <li>• Agilidad en los trámites.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comisiones Bancarias.</li> </ul>

**Figura 9:** Parámetros para la elección de medios de pago  
**Fuente:** (Vera, 2015)

### 1.3 SAVIA DE AGAVE

En Ecuador y en México existen esta planta de agave, sin embargo, las técnicas a utilizar en cada país son diferentes porque el uso de la planta es diferente, en Ecuador se utiliza con fines culinarios o como bebidas alcohólicas, lamentablemente esta tradición se está perdiendo con el tiempo.

Compartiendo con Bonifaz (2015) “La tradición de extraer chaguarmishky data de antes de la llegada de los españoles, pues en las crónicas le describen al agave como: “El árbol de las maravillas, da agua y vino, y aceite y vinagre, y miel” (p.87) El género *Agave* pertenece a la familia de las *Agavaceae* y comprende numerosas especies originarias de las zonas desérticas de América. La mayor parte de las plantas son monocárpicas, es decir que florecen una sola vez en su vida y después de la floración y la maduración de los frutos, mueren.

Se conoce que el agave es una planta que florece alrededor de diez años y es ahí cuando se aprovecha las propiedades de esta planta, sin embargo, para llegar a la etapa de madurez crece demasiado que no cabe en una maceta, debido a que florece y llega a medir alrededor de nueve metros de alto.

#### 1.3.1 Agave americana

Elicriso (2017) “El *A. americana*, tiene espléndidas hojas verde-grises, espinosas a lo largo de los márgenes y terminando en un gran agujón. Es una planta que crece bastante rápidamente alcanzando la madurez en pocos años” (p.45). El agave es

una planta muy valiosa, sin embargo, actualmente le dan poca importancia, crece en los páramos de la sierra ecuatoriana y en pendientes secas, florece una vez en la vida, luego muere. Un penco es capaz de brindar innumerables beneficios y aprovechar los derivados que se obtienen a partir de dicha planta, ya que actualmente el tequila es el único derivado conocido a nivel mundial.

### **1.3.2 Sirope de penco**

Bonifaz (2015) “El Sirope de penco se obtiene de la savia dulce de los pencos maduros, mejor conocida como “Chaguarmishky”. En México y en el resto del mundo le conocen como Aguamiel” (p.65). Antes de la llegada de los españoles ya se extraía chaguarmishky de los pencos, sin embargo, esta actividad agrícola realizado por las personas que viven en comunidades se está perdiendo con las generaciones, porque ahora prefieren productos ya elaborados como sustitutos del penco.

El sirope de agave o miel de penco es comúnmente conocido como un potente endulzante, que se convierte en un sustituto del azúcar, sin embargo, a través de estudios se ha comprobado que también puede sustituir a la miel de abeja debido a sus propiedades medicinales y a su bajo nivel glicémico que lo hace apto para las personas que se encuentran haciendo dieta e incluso para las personas diabéticas

Esther (2013) “El sirope de agave se caracteriza por su potente poder endulzante, el doble que el azúcar común gracias a su composición principalmente fructosa en un 70% y glucosa en un 25% poseyendo más calorías que el azúcar común” (p.73). Se ha convertido entonces el agave en una alternativa saludable para endulzar los alimentos que el azúcar común utilizado.

### **1.3.3 Producción de miel de agave**

Para la producción de miel de agave es diferente la técnica que utiliza, lo que diferencia a la empresa en estudio es que la producción se utiliza la técnica de baja

temperatura, donde se conserva las propiedades medicinales caso contrario se pierde los nutrientes y solo funciona como endulzante.

Bonifaz (2015) “Para producir un litro de miel o sirope de penco se necesitan 10 litros savia dulce de penco o agave (chaguarmishky). Durante el tiempo de producción la savia cambia de sabor y color” (p.12) Para su elaboración se corta la planta cuando ha crecido entre siete y diez años y se extrae la savia, ésta en su primera extracción se denomina aguamiel, y es consumida por los nativos como una bebida refrescante. Si la savia se fermenta obtenemos el pulque, bebida alcohólica tradicional en México, pero para este caso se realiza un proceso enzimático que descompone los carbohidratos, principalmente frútanos en azúcares simples, posteriormente se filtra, se concentra y como resultado se obtiene un líquido con una textura parecida a la miel.

### 1.3.4 Valor nutricional

Información Nutricional		
Tamaño por porción	15g	
Porciones por envase	Aprox. 9	
Cantidad por porción		
Energía (Calorías)	168 kJ (40 Kcal)	
Energía de grasa (Cal. Grasa)	0 kJ (0 kcal)	
	% Valor Diario*	
Grasa Total	0g	0%
Acidos grasos saturados	0g	0%
Colesterol	0mg	0%
Sodio	5mg	0%
Carbohidratos Totales	10g	3%
Fibra	0g	0%
Azúcares	10g	
Fructosa	1.5 g	
Glucosa	6.0 g	
Sacarosa	2.8 g	
Proteína	0g	0%
Potasio	5%	Vitamina C 4%
Calcio	2%	Hierro 2%
Fosforo	1%	Magnesio 2%
Zinc	1%	
* Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 8380 kJ (2000 calorías)		

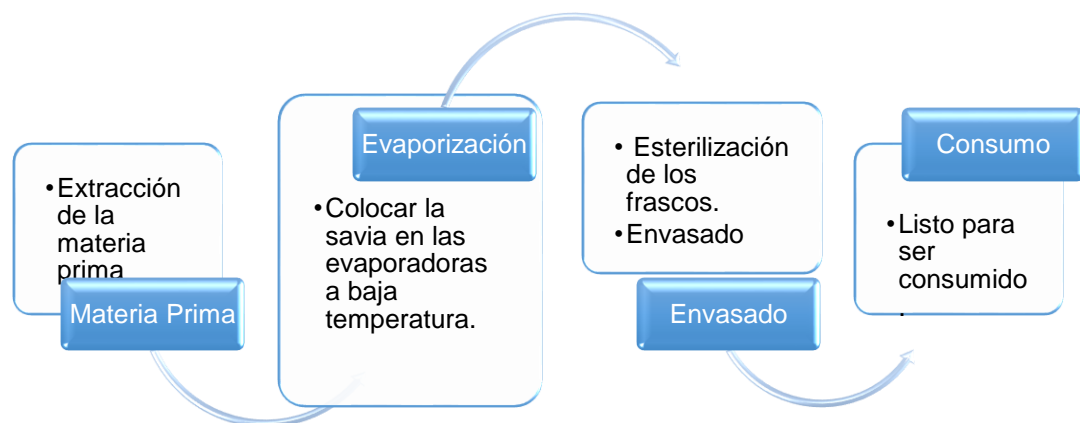
**Figura 10.** Valor nutricional de la savia de agave  
Fuente: Propietaria de la empresa Mishky Huarmy

En la actualidad se fomenta con gran interés el consumo de la savia de agave (miel) debido a sus grandes beneficios para la salud porque contiene vitanimas, proteínas

y niacina que ayuda a desintoxicar las venas, disminuye los niveles de colesterol, contiene probióticos, aumenta la absorción de calcio, es libre de gluten, entre otros beneficios.

Según Bonifaz, (2015) afirma que los “derivados del chaguarmishky crudo que elaboramos, son procesados a baja temperatura, de esta manera no solo concentramos las propiedades de la savia de agave, también concentramos las vitaminas y minerales de las frutas, y las propiedades medicinales de las plantas” (p.76). La savia de agave o miel de penco es rica en fructosa, razón por la que se la considera apta para los diabéticos porque no aumenta los niveles de azúcar en la sangre a diferencia de la glucosa, es decir tiende a regular los niveles de insulina.

### 1.3.5 Proceso Productivo



**Figura 11:** Proceso productivo de la miel de Agave

**Fuente:** (Bonifaz, 2015)

### Materia Prima

El primer paso para la elaboración de la miel de penco o conocida como savia de agave es la extracción de la materia prima, la cual se debe realizar en los pencos

maduros a los que se les debe hacer un hueco cerca de su corazón. Para que un penco pueda ser “chaguado” necesita tener aproximadamente 12 años, y su producción dura tan solo 40 días, luego de lo cual el penco muere. Su cosecha se realiza dos veces al día, y en promedio se pueden sacar entre 4 y 10 litros diarios. (Bonifaz, 2015). Como parte de las costumbres y creencias ancestrales esta labor es realizada por las mujeres.

Para saber el momento ideal para el chaguado el penco da señales claras, así como las hojas que ligeramente se doblan, esto significa que está listo. Beltrán (2016) afirma: “Se trata de escarbar una cavidad, un hueco en la base raíz del penco, en donde puede introducirse un recipiente para extraer el líquido recolectado o drenarlo a un cántaro junto a esa oquedad” (p.65). Sin embargo, en los días de lluvias no se realiza el proceso de extracción porque el dulce se daña y no es recomendable su consumo.

### **Evaporización**

Una vez realizada la extracción de la materia prima se recepta la savia o el dulce para proceder a la producción de la miel, tomando en cuenta que para producir un litro de miel se requiere 10 litros de savia dulce, de inmediato se lleva el producto a las evaporadoras, donde se debe tener la preparación en constante observación cada 10 minutos hasta cuando haya tomado una consistencia espesa y dulce, similar a la miel tradicional.

En cuanto al color y sabor se sabe que ninguna miel tiene el mismo sabor que otra ya que su sabor depende del clima y de la planta que fue extraída la savia. Bonifaz, (2015) afirma: “Durante el tiempo de producción la savia cambia de sabor y color; lo que produce al inicio al medio y al final cambia; si hace sol o llueve también cambia” (p.23). Una concluido el proceso productivo se procede a verificar el espesor y sabor del producto, es decir que se haya logrado obtener el sabor dulce característico del producto final.



**Figura 12:** *Diferentes colores de Savia de Agave*

**Fuente:** (Bonifaz, 2015)

### **Envasado**

Finalizado el proceso productivo es necesario proceder al envasado y etiquetado del producto terminado, antes se requiere la esterilización del recipiente y las tapas, después del envasado se colocan los frascos en un lugar fresco y seco, para garantizar en todas las etapas la calidad del producto.

### **Consumo**

El consumo de este producto cada vez va tomando más fuerza debido a los diferentes beneficios que le brinda a la salud, esencialmente es recomendado para las personas diabéticas como suplemento del azúcar.

Para la comercialización es necesario la promoción a través de ferias tanto a nivel nacional como internacional, a la vez que se lo distribuye en tiendas naturistas en diferentes puntos a nivel nacional.

### 1.3.6 Néctar de agave

Bonifaz (2015) “Recientemente el equipo de la Universidad de Sydney que introdujo el concepto de “índice glucémico” propuso un sustituto natural del azúcar blanco que tiene el índice glucémico muy bajo: el néctar de agave” (p.32)

El néctar de agave es un excelente sustituto del azúcar, esto según estudios científicos debido a que el azúcar solo se limita a endulzar las bebidas y como consecuencia a largo plazo tiene repercusiones para la salud, sin embargo, la miel de penca además de endulzar genera múltiples beneficios al consumidor, donde manifiesta que su bajo índice glucémico es apto para el consumo de diabéticos.

### 1.3.7 Usos y beneficios de la savia de agave (miel)

A lo largo del tiempo el agave como planta ha sido utilizado principalmente para la elaboración de bebidas alcohólicas como en el caso de México el tequila y en Ecuador el Chaguarmishky, además la planta tiene usos domésticos, extracción de fibra para vestimenta y principalmente para la elaboración de miel.

Los principales usos que se le da en la actualidad a la savia de agave (miel) son los siguientes:

- **Sustituto del azúcar:** tanto para controlar el peso como incluirlo en la dieta y para las personas diabética, debido a su bajo índice glucémico. Debido a que es un edulcorante natural muchas personas lo utilizan en la cocina para la elaboración de postres, para sus bebidas frías o calientes ya que es muy soluble.
- **Mejora la metabolización del organismo:** El uso frecuente de dicha miel es capaz de disminuir considerablemente el nivel de colesterol y los triglicéridos.
- **Prevención de enfermedades:** Es muy rica en vitaminas, ayuda a la absorción del calcio, magnesio y mejora el sistema inmunológico.
- **Apto para las personas celiacas:** Es libre de gluten. (Bonifaz, 2015)

## CAPÍTULO II

### DIAGNÓSTICO

#### 2.1 ANTECEDENTES

La empresa “Mishky Huarmy”, se encuentra ubicada en la parroquia de Guachalá, perteneciente al cantón Cayambe desde hace 7 años, dirigida por la Sra. Gabriela Bonifaz, propietaria de la Hacienda Guachalá, quien junto a su esposo despertaron la curiosidad de revolucionar el uso que se le da actualmente al penco, y esto es por los múltiples beneficios que este tiene.

El lugar escogido es por la cercanía con los pencos para la extracción de la materia prima para elaborar el producto final. Mishky Huarmy pretende reivindicar esta tradición valorando la sabiduría y trabajo de sus productoras, pagando un precio justo y a tiempo. El precio justo compromete a las productoras a resembrar con pencos las áreas de sus terrenos sin cultivar. Solo así podremos garantizar una producción de “chaguarmishky” sostenible en el tiempo. (Mishkyhuarmy, 2015)

La empresa cuenta con una amplia gama de productos, donde el principal es la savia de agave, producto con el cual comenzó este emprendimiento y con arduo trabajo han logrado darlo a conocer a nivel nacional e internacional en diversas ferias, gracias a esto aumentó las expectativas de la empresa para internacionalizarse.

Adicional de savia de agave (miel) cuenta con más productos, todos los productos son derivados del chaguarmishky crudo consecuentemente son procesados, pero todos a baja temperatura para conservar las vitaminas. Los productos que se elaboran en la empresa son:

- Uvillas con ají y chaguarmishky “Kitu Mishky”
- Mermelada de piña y Babaco ambos concentrados con chaguarmishky.
- Chaguarmishky concentrado con plantas medicinales

El proyecto tiene un enfoque de economía solidaria, que implica reconocer un precio justo a las proveedoras y una distribución equitativa de los ingresos. Además, acompañan y asesoran el proceso de recolección, para

que sea una actividad sustentable y no represente un daño al medioambiente. (El Comercio, 2014)

Con la creación de esta empresa se ha logrado aumentar el desarrollo económico para la población del Cantón Guachalá y sus alrededores ya que se ha creado fuentes de empleo para varias personas de la localidad, suele trabajar con mujeres de cuatro comunidades, sin embargo, esto varía de acuerdo a la temporada y actualmente está trabajando con dos comunidades, la ubicación de las colaboradoras es estratégico ya que en sus lugares de residencia se encuentra las plantas de penco las comunidades son: Pitaná, Coniburo, Guachalá y Pingulmí.

La reducción en la materia prima es debido al déficit en conocimientos acerca de las propiedades del producto que trae como consecuencia poca demanda, por lo tanto, provoca la reducción de la producción de la empresa.

La empresa pretende abrir sus puertas al mercado internacional, ya que en las ferias internacionales visitadas se pudo comprobar que el público extranjero es más exigente y prefiere los productos de origen natural, como resultado se obtuvo la atención total e incluso las muestras llevadas fueron vendidas en su totalidad.

## **2.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS**

### **2.2.1 Objetivo General**

Identificar la capacidad productiva, administrativa y financiera de la empresa “Mishky Huarmy”.

### **2.2.2 Objetivos Específicos**

- Establecer la oferta de savia de agave de la empresa “Mishky Huarmy”
- Identificar la situación administrativa-financiera en que se encuentre la empresa.

- Analizar el abastecimiento de la materia prima para la realización del producto terminado.

### **2.3 VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO**

Las variables diagnósticas son estructuradas para el cumplimiento de los objetivos planteados tanto para el general como para cada objetivo específico.

- Oferta
- Administrativa-financiera
- Materia prima

### **2.4 INDICADORES**

Para el cumplimiento y recopilación de cada variable diagnóstica es necesaria la creación de los indicadores:

#### **❖ OFERTA**

- |                          |                      |
|--------------------------|----------------------|
| • Volumen de producción. | • Materia prima      |
| • Costo de producción    | • Mercados atendidos |
| • Tecnología             | • Volumen ofertado   |

#### **❖ ADMINISTRATIVA-FINANCIERA**

- |                           |                             |
|---------------------------|-----------------------------|
| • Tipo de empresa         | • Plantas por hectárea      |
| • Organigrama estructural | • Litros de Savia para miel |
| • Control contable        | • Tiempo de cultivo         |

#### **❖ MATERIA PRIMA**

- Cuidados para la extracción de la materia prima
- Costo de la extracción de la materia prima

## 2.5 MATRIZ DE RELACIÓN

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>
Establecer la oferta de savia de agave de la empresa "Mishky Huarmy"	OFERTA	Volumen de producción.	Entrevista	Propietaria de la empresa.
		Costo de producción	Entrevista	Propietaria de la empresa.
		Tecnología	Observación	Empresa
		Materia prima	Entrevista	Colaboradores de la empresa.
		Mercados atendidos	Entrevista	Propietaria de la empresa
		Volumen ofertado	Entrevista	Vendedora de la empresa.
Identificar la situación administrativa-financiera en que se encuentre la empresa.	ADMINISTRATIVA-FINANCIERA	Tipo de empresa	Entrevista	Propietaria de la empresa.
		Organigrama estructural	Entrevista	Propietaria de la empresa.
		Control contable	Entrevista	Propietaria de la empresa.

Analizar el abastecimiento de la materia prima para la realización del producto terminado.	MATERIA PRIMA	Plantas por hectárea.	Entrevista	Proveedores
		Litros de savia para miel.	Entrevista	Proveedores
		Tiempo de cultivo	Entrevista	Proveedores
		Cuidados para la extracción de la materia prima	Entrevista	Proveedores
		Costo de la extracción de la materia prima	Entrevista	Proveedores

**Figura 13:** Matriz de relación  
**Elaborado por:** Stefania Alarcón

## 2.6 MECÁNICA OPERATIVA

Se realizó una visita a la empresa MISHKY HUARMY para conocer la operatividad del proceso productivo de la savia de agave (miel), además de hacer un recorrido por las áreas de mayor concentración de penco, que es la materia prima para elaborar el producto final.

Las entrevistas fueron dirigidas a la propietaria de la empresa, colaboradoras y a las proveedoras de materias primas para sondear desde la producción hasta la comercialización del producto terminado.

### 2.6.1 Población o Universo

En el proceso investigativo se determinó que la población o universo fueron las funcionarias y propietaria de la empresa “Mishky Huarmy” y las proveedoras de materia prima las cuáles están distribuidos de la siguiente manera:

#### UNIVERSO 1 FUNCIONARIOS DE LA EMPRESA

*Tabla 1:* Universo 1

POBLACIÓN DE FUNCIONARIOS	Nº
PROPIETARIA DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY”	1
TRABAJADORA DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY”	1
VENDEDORA DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY”	1
TOTAL	3

**Fuente:** Datos empresa Mishky Huarmy

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

## UNIVERSO 2 PROVEEDORAS

*Tabla 2:* Universo 2

POBLACIÓN DE PROVEEDORAS	Nº
<b>PROVEEDORAS</b>	<b>7</b>
TOTAL	<b>7</b>

**Fuente:** Datos empresa Mishky Huarmy

**Elaborado por:** Stefania Alarcón

### 2.6.2 Identificación de la muestra

La población de estudio fue menor a 30 individuos, así que no fue necesario la determinación de la muestra, por esta razón se aplicó las entrevistas a todo el universo, a la Sra. Gabriela Bonifaz propietaria de la empresa Mishky Huarmy, trabajadora, vendedora y Proveedoras.

### 2.6.3 Información Primaria

La recolección de la información primaria en el desarrollo del proyecto fue por medio de guía de observación y entrevistas, una vez recolectada dicha información se tomó las decisiones necesarias para guiar a la empresa hacia los mercados nacionales e internacionales.

### **2.6.3.1 Entrevista.**

Como producto de la investigación, se elaboraron dos tipos de entrevistas dirigidas a dos universos, el primero para la propietaria y colaboradoras de la empresa MISHKY HUARMY, siguiendo los parámetros establecidos en la matriz diagnóstica y el segundo para las proveedoras de materia prima. Las entrevistas fueron consideradas como personas expertas y con amplio conocimiento sobre el tema de investigación, para aplicar las entrevistas fue necesario acudir a las instalaciones de la empresa y a las respectivas comunidades.

### **2.6.3.2 Guía de Observación.**

Para la investigación también fue necesario aplicar una ficha de observación dirigida a la empresa enfocada en la tecnología, partiendo desde la recolección de materia prima hasta la distribución del producto terminado.

### **2.6.4 Información Secundaria**

Para reforzar los datos obtenidos a través de las entrevistas y guía de observación, se obtuvo información de publicaciones, informes, página oficial de la empresa y demás información extraída del internet de sitios oficiales y confiables:

- a. Informe sobre el néctar de agave, donde se introduce el concepto de índice glucémico como sustituto natural del azúcar blanco.
- b. Páginas oficiales como Pro Ecuador, Trade Map, Banco Central del Ecuador, CIA, entre otros).

## 2.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

### 2.7.1 Guía de observación a las instalaciones de la empresa

#### ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

#### “ENCI”

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN CAYAMBE.

**FUENTE:** Gabriela Bonifaz / propietaria de la empresa

INDICADOR	VALORACIÓN		
	SI	NO	OBSERVACIÓN
¿Qué tipo de tecnología utilizan?	X		<ul style="list-style-type: none"><li>• Para la elaboración de la miel se utiliza una máquina artesanal diseñada por los propietarios para poder realizar el proceso de baja temperatura.</li></ul>
Los aparatos tecnológicos usados en	X		<ul style="list-style-type: none"><li>• Máquinas evaporadoras a baja temperaturas, ideal para la conservación de nutrientes.</li></ul>

la producción de la miel son adecuados.			
¿Cuál es la relación con las proveedoras en cuanto a tecnología?		X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Varas medidores de PH, esto se lo utiliza para medir el nivel de acidez de la materia prima.</li> </ul>
Tecnología para el sistema de inventario		X	
¿Qué red tecnológica utilizan para la distribución?	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Páginas web</li> <li>• Ventas a través de WhatsApp</li> </ul>
La empresa tiene página web o redes sociales para dar a conocer sus productos.	X		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> </ul>
Los clientes pueden comprar a través de una página web.		X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No, pero están los contactos de la propietaria en la página web, para realizar la compra a través de e-mail y WhatsApp.</li> </ul>

**Figura 14:** Resultado observacional  
**Elaborado por:** Stefania Alarcón

## **2.7.2 Entrevista a propietaria de la empresa**

### **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN CAYAMBE.

**Entrevistado: GABRIELA BONIFAZ/ PROPIETARIA DE LA EMPRESA**

**Pregunta: 1 ¿Cómo se constituyó la empresa “Mishky Huarmy” y propósito?**

Es un emprendimiento artesanal familiar, se creó con el propósito de no perder la tradición de extraer el chaguarmishky, ya sabía que en EEUU la miel de agave era famosa pero acá en Ecuador nadie la conocía, entonces me sugieren hacer algo con el chaguarmishky de acá y salió muy rico, junto con mi esposo nos hicimos una prueba con el chaguarmishky local y consideramos que salió delicioso, a partir de ahí mi esposo y yo pensamos en seguir adelante con este proyecto y trabajar con la comunidad para no perder la tradición, ya que es un producto nativo ancestral, a pesar que los Ecuatorianos no tienen idea de lo que es el penco y sus propiedades.

**Pregunta: 2 ¿Cómo es la administración de la empresa y plan operativo?**

La administración del emprendimiento está actualmente a mi cargo como representante y a su vez delegando funciones para realizar el proceso productivo con eficacia.

En cuanto al plan operativo al inicio fue crear un producto que durara más de un año, actualmente estamos haciendo productos derivados de los cuales aún nos falta sacar el registro sanitario al darnos cuenta que el producto principal la miel y sus derivados han sido aceptados por el público, pensé que es hora de hacer la planta

productiva definitiva ya que la actual fue solo por experimentación, pero a partir del próximo mes vamos a iniciar con la construcción de la nueva planta de procesamiento para producir a mayor escala y sacar los registros sanitarios de los productos derivados

**Pregunta: 3 ¿Cuál es el volumen de producción de la empresa “Mishky Huarmy”?**

**Tabla 3.** Producción 3 evaporas

Año 2017-2018 producción de 1440 litros \$ 0.75 litro								
Detalle	% Total	Litros sirope	# Frascos/Lt	Total Frascos anual	Precio	Total Precio anual	\$Promedio mensual	Frascos mensual
Savia (miel) 125ml	45%	648	8	5184	7	\$36.288,00	\$3.024,00	432
Savia (miel) 245ml	55%	792	4	3233	10	\$32.326,53	\$2.693,88	269
Total Producción	<b>100%</b>	1440		8417		\$68.614,53	\$5.717,88	701

**Fuente:** Entrevista

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

En el cuadro se puede observar la producción actual de la empresa con 6 litros diarios de materia prima (chaguarmishky), la cual se multiplica por 5 días laborables, luego por 4 semanas que tiene el mes y por 12 meses que tiene el año. Este nos da un total de 1440 litros de sirope anuales, es necesario tener en cuenta que la producción actual se divide en dos con un 45% la presentación de 125ml y el 55% la presentación de 245 ml.

Para obtener el valor del total de frascos se utiliza los litros de sirope por 1000 para convertirlo en mililitros ese resultado lo dividimos para las presentaciones de los frascos es decir 125 y 245 ml.

El total de frascos dividido para los litros de sirope nos da como resultado el número de frascos por litros, además para determinar el total x precio que es un valor anual es necesario hacer el total de frascos por el precio de venta al público.

Para determinar los valores mensuales se procede a tomar el valor del total x precio dividido para 12 para tener el promedio mensual, de la misma forma tomamos el valor del total de frascos y dividimos para 12 para obtener la cantidad de frascos mensuales.

Actualmente las evaporadoras están trabajando al 55% de la producción total, lo que indica que es posible aprovechar la producción ociosa para destinar el porcentaje restante a la exportación.

**Pregunta 4: ¿Tiene un organigrama estructural de su empresa?**

No, manejamos la empresa mi esposo y yo, con una colaboradora en el área productiva y una vendedora.

**Pregunta 5: ¿Cómo se encuentra actualmente la oferta en el mercado interno de la savia de agave de la empresa de “Mishky Huarmy”?**

Es necesario promoverla, ya que no es muy conocida ni para las personas de la zona, peor para las personas que habitan en diferentes lugares del país, para promover su comercialización nos encontramos establecidos en el reloj solar de la mitad del mundo ubicado en Cayambe y cuando las personas se acercan primero los damos una charla acerca del penco y sus propiedades y luego hablamos de la miel.

**Pregunta 6: ¿Cómo se realiza el proceso de compra de la materia prima y cada que tiempo hay materia prima disponible?**

Se compra el chaguarmishky crudo y en el área productiva se mide el PH de acuerdo a eso se le asigna lo que se le va a hacer, es decir miel o los derivados, el pago se realiza semanal o quincenal en efectivo.

Todos los días se realiza la compra del chaguarmishky, excepto cuando llueve.

**Pregunta 7: ¿Cada que tiempo se realizan las ventas de la savia de agave (miel) y el porcentaje de utilidad?**

Actualmente el reloj solar de la mitad del mundo ubicado en Cayambe, es el punto de mayor venta, donde actualmente cada 8 días se está enviando alrededor de 48 unidades, y en Quito que es el segundo punto de venta, pero es más lento el mercado. El porcentaje de utilidad es de 50%

**Pregunta 8: ¿Cuál es el costo de producción para la obtención del producto savia de agave?**

**Tabla 4.** Costo de Producción del Producto

<b>PRODUCTO</b>	<b>SIROPE 125 ML</b>	<b>SIROPE 245 ML</b>
Frasco con tapa	\$0,34	\$ 0,36
Savia de agave	\$0,94	\$ 1,84
Etiquetado	\$0,05	\$ 0,05
Etiqueta	\$0,09	\$ 0,09
Materiales de Empaque	\$0,01	\$ 0,01
Distribución	\$0,01	\$ 0,01
<b>Costo Directo</b>	<b>\$1,44</b>	<b>\$ 2,36</b>
Costos indirectos \$	\$1,00	\$ 1,00
<b>Total de Costos</b>	<b>\$2,44</b>	<b>\$ 3,36</b>

**Fuente:** Entrevista

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

Para determinar el costo de producción es necesario hacer un desglose completo de cada elemento, en este caso empezamos por el frasco con tapa siguiendo de la savia de agave que significa la miel envasada en los frascos en sus dos principales presentaciones que son 125ml y 245ml, para ello fue necesario hacer el cálculo de la siguiente manera:

Tomando en cuenta que 1 litro de chaguarmishky cuesta \$0.75 y para realizar un litro de miel es necesario diez litros de chaguarmishky. Para determinar el precio

de la miel por frasco se hace el siguiente cálculo, el litro de miel cuesta \$7.50, se divide para 1000ml que contiene el litro y este resultado multiplicamos por 125 o 245 según corresponda.

Siguiendo con el proceso se añade los demás costos como etiquetado, etiqueta, materiales de empaque, distribución, la suma de todos estos valores nos da como resultado el costo directo. A esto se agrega el valor de los costos indirectos que incluye mantenimiento de planta, reposición de insumos, aparatos de medición, etc.

**Pregunta 9: ¿Cuál es el proceso de producción de la savia de agave (miel)?**

Proceso para la producción de la Savia de Agave concentrada a baja temperatura.

Primero procedemos al encendido de las evaporadoras, luego realizamos la recepción de la materia prima, una vez recibido procedemos al tamizado y cuantificación en litros del misque.

Se filtra la savia de agave en un cedazo de acero inoxidable inmediatamente se pone en un balde y mide la cantidad de savia en litros, procedemos a la toma de datos y medición del nivel de azúcar (grados brix) y de la acidez.

Se Registra el color, se determina si la materia prima se acepta o no. Una vez aceptada se registra la temperatura evaporadora (45° mínimo), se pone la savia de agave en las evaporadoras, debemos estar pendiente y tomamos la temperatura cada 10 minutos hasta que la temperatura sea de 65°.

Bajamos la temperatura y de ahí en adelante vamos a procurar que la evaporación no supere los 65°. Registramos las temperaturas cada 30 minutos, luego al llegar a un punto de concentración del nivel de dulce, ponemos los frascos a esterilizar.

Se espera entre 1 hora a 30 minutos para llegar al nivel de concentración, siempre cuidando que la temperatura no supere los 65° una vez terminado el proceso ponemos los frascos con las tapas hervidos en un recipiente en el agua en que hirvieron y los ubicamos junto a la llave de la evaporadora.

Envasamos la miel e inmediatamente vamos ubicando los frascos en orden enumeramos los frascos, los ubicamos en un lugar para que se enfríen y finalmente lavamos la evaporadora con el agua caliente usada para los frascos.

**Pregunta 10: ¿Qué tipo de empresa es “Mishky Huarmy”?**

Es un emprendimiento artesanal

**Pregunta 11: ¿La empresa lleva un control contable?**

No, sin embargo, se contrata un contador externo para el tema de las declaraciones semestralmente.

**Pregunta 12: ¿Qué tipo de competencia interna ha identificado?**

Mucha, en los últimos tiempos las personas de las mismas comunidades están empezando a hacer productos idénticos, incluso hay un emprendimiento en Pomasqui, Cunuyacu y en general en todo el país está creciendo con mayor fuerza en la sierra.

Pero la ventaja que nosotros tenemos es que el proceso de elaboración de miel es a baja temperatura, a diferencia de los demás que son todos estandarizados con el proceso de altas temperaturas.

**Pregunta 13: ¿Cuánto paga la empresa por la materia prima recibida?**

Cuando el chaguarmishky recibido es:

PH 7 se paga 0,80

PH 6,75 se paga 0,75

PH 5 se paga 0,50 (tomando en cuenta que este ya no sirve para miel)

Para aclarar: El PH del chaguarmishky indica el nivel de acidez, para la elaboración de la miel debe estar oscilando entre 6.5 y 7, ya que esto indica un ph neutro que

significa que es dulce, mientras más bajo el ph más ácido, es decir menos dulce y se lo utiliza para los derivados (mermeladas, compotas, salsas)

**Pregunta 14: ¿Cuáles fueron los motivos para la elaboración de la savia de agave (miel)?**

Dar una alternativa para poder trabajar y reivindicar esta tradición que se estaba perdiendo, tomando en cuenta que somos parte de un movimiento que se llama “SLOW FOOD” que se encarga de recuperar los sabores y saberes ancestrales, es decir darles un valor agregado.

Producir un producto súper saludable y a la vez un suplemento para los endulzantes.

**Pregunta 15: ¿Actualmente pertenece usted a alguna asociación de productores de savia de agave (miel)?**

Si, se llama la asociación “ANAGAVEC” que es la asociación nacional de las cadenas productivas del penco y la cabuya del Ecuador, donde se busca el desarrollo de las comunidades del país a través del rescate de las plantas sagradas que son el penco y la cabuya.

**Pregunta 16: ¿Ha participado en ferias internacionales o ha recibido apoyo de organismos internacionales?**

Si he participado en ferias internacionales

- ✓ Tres veces en Italia en la feria del Slow Food (Torino en 2011, 2014 y 2016)
- ✓ Una vez en EEUU Summer Fancy Food, donde ganamos un premio (New York en el 2013)
- ✓ Tres premios en Ecuador por calidad e innovación

En Ecuador se asistió a dos ferias reconocidas a nivel nacional:

- ✓ Gran Bazaar Gourmet que se realiza cada año en Cumbayá, la participación fue en el mes de septiembre en el 2012

- ✓ Feria textura y colores en el año 2012, en esta feria se ganó el primer lugar como producto innovador y el premio fue participar en la feria llamada Ecuador Cultura Gourmet, en esta segunda feria también se ganó el primer lugar donde el premio fue la participación en el Summer Fancy Food (EEUU)

**Pregunta 17: ¿Cómo fue la experiencia obtenida una vez que participó en ferias internacionales?**

Fue una excelente experiencia porque la gente ahí si valora que es un producto proveniente de comunidades, que sea ancestral, un producto sin procesarse y que contenga nutrientes, vitaminas y minerales.

Al menos en Italia que esta es una feria donde las personas van buscando eso valoran muchísimo y los productos que llevamos al medio día ya no había nada, esto nos dio a entender que nos fue súper bien.

En el Summer Fancy Food también nos fue excelente según mi punto de vista, sin embargo, no llevamos la cantidad de producto necesario para cubrir en su totalidad la demanda.

Por eso lo que queremos hacer es invertir bastante en calidad y tener un nicho de mercado más específico, que no sea tan grande, porque en el país la industria está empezando, ya que hay que sembrar más pencos con visión a un negocio, ya que en la sierra hay demasiados pencos por doquier, pero queremos tener lugares específicos.

Como resultado de estas experiencia puedo decir que aunque la miel de penco ya se venda tanto en el mercado norteamericano como en Italia, pienso que si tenemos oportunidad de entrar a este segmento ya que nosotros tenemos un valor agregado que es justamente en el proceso de producción que es a baja temperatura con la finalidad que no solo sea un endulzante sino ingresa al organismo conservando los nutrientes y vitaminas que ofrece la savia, esto es lo que diferencia del proceso estandarizado que las empresas ya establecidas están manejando que es producir la miel a altas temperaturas.

### **2.7.3 Entrevista a colaboradora de la empresa**

#### **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

##### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

**Entrevistado: SILVIA CARRERA**

**Pregunta: 1 ¿De qué manera entregan la materia prima a la empresa?**

El chaguarmishky es recibido en recipientes plásticos es decir pomas.

**Pregunta: 2 ¿En qué estado recibe la materia prima?**

Se recibe la materia prima cruda, pero para recibir el pago por el precio se exige buenas prácticas de manufacturas, es decir no puede estar el misque fermentado, con lo que raspan tiene que ser de acero inoxidable, el balde debe estar limpio y desinfectado con agua caliente.

**Pregunta 3 ¿Cuál es el tiempo de duración de la materia prima?**

La materia prima debe estar cruda y sin fermentar, el tiempo de duración es muy corto es decir se debe procesar apenas llegue o a su vez si llega en la tarde se puede mandar a refrigeración y procesarla en el mañana muy temprano.

**Pregunta 4: ¿Cómo reconoce la calidad de la materia prima para la elaboración de la savia de agave (miel)?**

Por el PH, ya que a medida que va bajando el ph el chaguarmishky se va fermentando, por eso el ph ideal para la miel oscila entre 6,50 y 7.

### **Pregunta 5: ¿Cuál es el proceso de producción?**

Proceso para la producción de la Savia de Agave concentrada a baja temperatura.

En primer lugar, procedemos al encendido de las evaporadoras, luego la recepción de la materia prima, se procede al tamizado y cuantificación en litros.

Se filtra la savia de agave en un cedazo de acero inoxidable, luego se pone en un balde y mide la cantidad de savia en litros, se toma los datos e inmediatamente hacemos la medición del nivel de azúcar y de la acidez y el registro del color y finalmente se determina si la materia prima se acepta o no

Registro temperatura evaporadora (45° mínimo), se pone la savia de agave en las evaporadoras, se toma la temperatura cada 10 minutos hasta que la temperatura sea de 65°, luego bajamos la temperatura y de ahí en adelante vamos a procurar que la evaporación no supere los 65°. Registramos las temperaturas cada 30 minutos.

Al llegar a un punto de concentración del nivel de dulce, ponemos los frascos a esterilizar, se espera entre 1 hora a 30 minutos para llegar al nivel de concentración, siempre cuidando que la temperatura no supere los 65°. Ponemos los frascos con las tapas hervidos en un recipiente en el agua en que hirvieron y los ubicamos junto a la llave de la evaporadora.

Envasamos la miel, vamos ubicando los frascos en orden, los numeramos y los ubicamos en un lugar para que se enfríen y finalmente lavamos la evaporadora con el agua caliente usada para los frascos.

### **Pregunta 6: ¿Cuánto y cada que tiempo recibe la materia prima?**

Se recibe de 12-28 litros por persona, la capacidad máxima de la empresa es recibir 60 litros diarios.

Recibe la materia prima todos los días menos fines de semana

**Pregunta 7: ¿Cómo es el proceso de almacenamiento y cuidado de la materia prima una vez recibida?**

No hay almacenamiento, ya que eso va directo a procesamiento.

**Pregunta 8: ¿Cómo realiza el proceso de distribución del producto terminado?**

La distribución se la realiza de acuerdo a los pedidos, sin embargo, se envasa la miel y se empaca en cartones dejando listo para la distribución.

## 2.7.4 Entrevista a vendedora de la empresa

### ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

#### “ENCI”

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

**Entrevistado: DENNIS COBO**

**Pregunta: 1 ¿A qué ciudades distribuye el producto?**

Actualmente se está distribuyendo a Cayambe y Quito, otras ciudades que también compra de manera irregular es Guayaquil en menor medida, sin embargo, a través de internet promocionamos para envío a nivel nacional.

**Pregunta: 2 ¿Cuál es el volumen de ventas? (semanal y mensual)**

El volumen de ventas es variable de acuerdo a la temporada, por ejemplo, en este momento es temporada alta, por ejemplo, en el reloj solar se está vendiendo 24 unidades semanales, pero en Quito es mucho más lento.

**Pregunta: 3 Actualmente ¿Cómo se encuentra la aceptación del producto en el mercado nacional?**

Es necesario crear demanda, ya que les parece caro el producto por eso hemos pensado en la exportación porque el cliente extranjero valora este tipo de productos.

**Pregunta: 4 ¿Qué competencia encuentra en el mercado de la savia?**

Últimamente la competencia ha aumentado de manera significativa, actualmente hay varias marcas de miel de agave nacional. Por ejemplo, hemos identificado dos marcas fuertes como son: MISHKERITA es una microempresa que se encarga

actualmente de distribuir la miel de penco en Pujilí y está posicionada en el Supermaxi.

REGENPEN es el nombre de otra miel de penco producida por una microempresa ubicada en Cuenca que actualmente abastece en Cuenca, Ambato, El Oro y Quito.

**Pregunta: 5 ¿Cuáles son los clientes de mayor consumo? (nacionales o extranjeros)**

Pienso que en mayor medida los extranjeros siempre y cuando estemos en temporadas altas de turismo, por ejemplo, en Quito los nacionales compran más, pero en el reloj solar en Cayambe se mueve más con los turistas extranjeros.

**Pregunta 6: ¿Cree usted que los precios de venta del producto están al alcance de los clientes?**

Aquí en el Ecuador puede estar caro según la percepción del cliente porque desconoce el valor nutricional y medicinal que el producto tiene, yo pienso que es un valor justo.

**Pregunta 7: ¿Piensa que es necesario implementar mayor publicidad del producto?**

Si, dar a conocer el producto y la diferenciación de los otros a través de blogs, artículos científicos para que poco a poco la gente vaya conociendo sus beneficios.

## **2.7.5 Entrevista a proveedoras de materia prima de la empresa**

### **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

#### **ENTREVISTA A PROVEEDORAS**

##### **Proveedora 1: CARMELA FARINANGO**

##### **Pregunta 1: ¿Cuál es el lugar de extracción de la materia prima?**

La materia prima se extrae de la comunidad “Buena esperanza de Guachalá”

##### **Pregunta 2: ¿Cada que tiempo realiza la extracción de la Savia?**

La extracción se realiza todos los días en la mañana, mediodía y en la tarde.

##### **Pregunta 3: ¿Ha identificado competencia en su trabajo?**

Si, desde hace poco tiempo atrás porque se ha podido observar que las personas han puesto mayor atención en reivindicar esta tradición.

##### **Pregunta 4: ¿Cada cuánto tiempo vende la materia prima?**

La materia prima se vende de lunes a viernes.

##### **Pregunta 5: ¿Cuál es proceso para la extracción de la Savia?**

Es importante tener en cuenta que el penco debe estar maduro, es decir grande porque de los pencos pequeños no sale buen Misque, luego hacemos un hueco en el corazón del penco, una vez realizado este proceso se encuentra un poco de líquido inmediatamente se agrega agua y se tapa el hueco que se realizó. Se deja reposar durante ocho días, luego regresamos y se encuentra líquido, pero este se

desecha y se procede a raspar para obtener finalmente el jugo dulce conocido como misque que se puede aprovechar hasta 3 meses después del corte del penco.

**Pregunta 6: ¿Qué porcentaje de su producción total destina para la empresa “Mishky Huarmy” actualmente?**

Se obtiene seis litros diarios y para la empresa Mishky Huarmy destino cuatro litros.

**Pregunta 7: ¿Podría usted abastecer a la empresa de mayor cantidad de materia prima en el caso de ser requerido para la exportación?**

No, porque solo tengo disponible lo que extraigo.

**Pregunta 8: ¿Ha tenido alguna propuesta para abastecer a otra empresa?**

No

**Pregunta 9: ¿Cuántos litros de materia prima son requeridos para la obtención de Savia (miel) de agave?**

Generalmente yo no hago miel solo vendo el chaguarmishky, pero tengo conocimiento que para obtener un litro de miel de agave se debe tener diez litros de chaguarmishky porque este se va consumiendo.

**Pregunta 10: Para analizar el abastecimiento de materia prima ¿Cuántas plantas de penco caben por cada hectárea?**

No tengo por hectáreas, pero en mi terreno están los pencos por todos lados y cuando veo que están viejos vuelvo a sembrar nuevos.

**Pregunta 11: ¿Cuáles son las características que debe tener el penco para proceder a su extracción para la elaboración del producto final?**

El penco debe estar maduro, se lo reconoce porque el tronco se ancha y las hojas se abren es ahí cuando sabemos que hay ahí misque para extraer.

**Pregunta 12: ¿Cómo es la distribución de la materia prima?**

Recolecto el misque e inmediatamente coloco en el balde, luego procedo a cernirlo si es lo que recolecte en la mañana y al medio día en ese momento voy a entregar, cuando es lo que recolecto en la tarde guardo en la refrigeradora y junto con lo de la mañana del día siguiente voy a entregar.

**Pregunta 13: ¿Ha recibido capacitaciones sobre el manejo de su cultivo?**

Si, la señora Gabriela de la empresa en mención siempre nos brinda talleres.

**Pregunta 14: ¿Pertenece usted a alguna asociación?**

Si, a la asociación "Pueblo Cayambe", pero es una asociación en general que nos permite vender productos ancestrales y orgánicos.

## **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

### **ENTREVISTA A PROVEEDORAS**

#### **Proveedora 2: MARIA CARLOTA VILCUANGO**

#### **Pregunta 1: ¿Cuál es el lugar de extracción de la materia prima?**

Se realiza la extracción de la comuna “Buena Esperanza”

#### **Pregunta 2: ¿Cada que tiempo realiza la extracción de la Savia?**

Todos los días, dos veces en la mañana y al atardecer

#### **Pregunta 3: ¿Ha identificado competencia en su trabajo?**

Sí, porque hasta cierto punto se puede decir que por envidia y por hacerle la competencia porque antes los pencos solo servían como cercas.

#### **Pregunta 4: ¿Cada cuánto tiempo vende la materia prima?**

Todos los días incluidos fines de semana.

#### **Pregunta 5: ¿Cuál es proceso para la extracción de la Savia?**

Primero limpio la planta, lleva la barra, cuchillo cuando estoy lista corto las hojas con el cuchillo y hago el hueco dejo reposar ocho días y regreso a raspar la planta para sacarle el jugo.

**Pregunta 6: ¿Qué porcentaje de su producción total destina para la empresa “Mishky Huarmy” actualmente?**

Se extrae doce litros diarios, a la empresa le destino el 50% todo lo que saque en la mañana, lo de la tarde lo dejo para mí para fermentar y hacer guarango.

**Pregunta 7: ¿Podría usted abastecer a la empresa de mayor cantidad de materia prima en el caso de ser requerido para la exportación?**

Sí, porque actualmente le dejo solo el 50% podría darle todo lo que saco.

**Pregunta 8: ¿Ha tenido alguna propuesta para abastecer a otra empresa?**

No, pero si hubiera más personas que hagan estos emprendimientos con gusto lo haría.

**Pregunta 9: ¿Cuántos litros de materia prima son requeridos para la obtención de Savia?**

Yo cuando hago utilizo 10 litros de misque para un litro de miel.

**Pregunta 10: Para analizar el abastecimiento de materia prima ¿Cuántas plantas de penco caben por cada hectárea?**

Actualmente tengo un terreno de 500 metros tengo sembrado 1000 pencos propios, pero aún no están maduros, por el momento compro y un grande me cuesta \$5 y me rinde \$20 a \$30.

**Pregunta 11: ¿Cuáles son las características que debe tener el penco para proceder a su extracción para la elaboración del producto final?**

Debe estar bien visualmente y maduro de 12 a 15 años de vida, pero jamás tierno porque el jugo del tierno se pudre la planta y le puede caer al jugo dulce que se está formando, y lo daña.

**Pregunta 12: ¿Cómo es la distribución de la materia prima?**

Una vez recolectada la materia prima la pongo en un balde lo que saco en la mañana e inmediatamente lo voy a dejar a la empresa de Gabrielita.

**Pregunta 13: ¿Ha recibido capacitaciones sobre el manejo de su cultivo?**

No, solo lo que mis ancestros me enseñaron desde pequeña en mi familia eso es una tradición que se transmite de generación en generación y por ejemplo mis hijas ya saben para que hagan.

**Pregunta 14: ¿Pertenece usted a alguna asociación?**

No

## **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

### **ENTREVISTA A PROVEEDORAS**

#### **Proveedora 3: ERMILINDA FLORES**

**Pregunta 1: ¿Cuál es el lugar de extracción de la materia prima?**

La comunidad de donde saco la materia prima se llama Pitaná bajo

**Pregunta 2: ¿Cada que tiempo realiza la extracción de la Savia?**

Todos los días dos veces al día.

**Pregunta 3: ¿Ha identificado competencia en su trabajo?**

No, en mi comunidad no hay competencia entre nosotros.

**Pregunta 4: ¿Cada cuánto tiempo vende la materia prima?**

Yo entrego la materia prima pasando un día.

**Pregunta 5: ¿Cuál es proceso para la extracción de la Savia?**

Lo primero que se hace es llegar al penco maduro, abre un hueco en el corazón del penco se raspa y se tapa durante ocho días cuando regreso boto la primera agua que se ve ahí y con un vaso recojo y pongo en un balde y cuando llego a casa lo cierno.

**Pregunta 6: ¿Qué porcentaje de su producción total destina para la empresa “Mishky Huarmy” actualmente?**

Saco cinco litros en la mañana y cinco en la tarde y le envío todo es decir el 100% de lo que yo recolecto.

**Pregunta 7: ¿Podría usted abastecer a la empresa de mayor cantidad de materia prima en el caso de ser requerido para la exportación**

Si porque no exploto todos mis pencos entonces si le podría dar más.

**Pregunta 8: ¿Ha tenido alguna propuesta para abastecer a otra empresa?**

Si, de hecho, en este momento también estoy abasteciendo a otro emprendimiento que se llama “RUNAKUNAMA” que también realizan derivados del penco.

**Pregunta 9: ¿Cuántos litros de materia prima son requeridos para la obtención de Savia?**

No sé por qué no hago miel solo entrego el misque.

**Pregunta 10: Para analizar el abastecimiento de materia prima ¿Cuántas plantas de penco caben por cada hectárea?**

Tengo pocas plantas de penco en mi terreno, pero cuando más pedido yo compro lo que me cuesta es \$3.

**Pregunta 11: ¿Cuáles son las características que debe tener el penco para proceder a su extracción para la elaboración del producto final?**

El penco debe estar maduro, con las hojas anchas que se estén abriendo hacia los lados ahí yo sé que ese penco está listo para dar el dulce.

**Pregunta 12: ¿Cómo es la distribución de la materia prima?**

Una vez recolectada lo pongo en pomas y lo llevo para entregar crudo.

**Pregunta 13: ¿Ha recibido capacitaciones sobre el manejo de su cultivo?**

Si, la señora Gabriela Bonifaz nos ha ayudado bastante con capacitaciones y talleres para sacar un misque bueno.

**Pregunta 14: ¿Pertenece usted a alguna asociación?**

No, pero colaboro con la asociación antes mencionada que regularmente entrego mi misque los lunes miércoles y viernes.

## **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

### **ENTREVISTA A PROVEEDORAS**

#### **Proveedora 4: MARIA GUALAVISI**

**Pregunta 1: ¿Cuál es el lugar de extracción de la materia prima?**

Se extrae la materia prima de la comuna Pitaná Bajo que es donde yo vivo.

**Pregunta 2: ¿Cada que tiempo realiza la extracción de la Savia?**

Realizo la extracción todos los días, en la mañana y tarde.

**Pregunta 3: ¿Ha identificado competencia en su trabajo?**

Sí, porque antes no valoraban lo que era el misque y ahora muchas personas realizan emprendimientos que han ayudado como a darles más publicidad a las propiedades del penco y las personas piden más.

**Pregunta 4: ¿Cada cuánto tiempo vende la materia prima?**

Yo vendo pasando un día los lunes, miércoles y viernes excepto fin de semana.

**Pregunta 5: ¿Cuál es proceso para la extracción de la Savia?**

Primero debemos ver que el penco este maduro y listo para la cosecha, porque no se puede sacar por sacar las matas tiernas, luego saco una hoja de planta y se hace un hoyo se deja poniendo un litro de agua y a los ocho días se regresa a raspar y de poco a poco sale el jugo.

**Pregunta 6: ¿Qué porcentaje de su producción total destina para la empresa “Mishky Huarmy” actualmente?**

Antes entregaba doce litros es decir el 100% pero tuve problemas de salud y dejé varios meses de entregar.

**Pregunta 7: ¿Podría usted abastecer a la empresa de mayor cantidad de materia prima en el caso de ser requerido para la exportación?**

Sí, porque estoy en proyectos de mi propio vivero voy a tener más pencos de donde sacar.

**Pregunta 8: ¿Ha tenido alguna propuesta para abastecer a otra empresa?**

Si, en este momento también le entrego a la fundación “RUNA” ellos juntan el chaguarmishky de todos los de la comunidad.

**Pregunta 9: ¿Cuántos litros de materia prima son requeridos para la obtención de Savia?**

De diez litros de misque sale un litro de miel.

**Pregunta 10: Para analizar el abastecimiento de materia prima ¿Cuántas plantas de penco caben por cada hectárea?**

Tengo un vivero de penco que ya es propio y ahí estoy sembrando las plantas 3000 plantas, pero aún no están grandes así que no sé cuánto espacio necesito para los pencos maduros.

**Pregunta 11: ¿Cuáles son las características que debe tener el penco para proceder a su extracción para la elaboración del producto final?**

El penco debe ser bien desarrollado y grande porque sé que ahí está listo para dar un misque bien dulce.

**Pregunta 12: ¿Cómo es la distribución de la materia prima?**

Bueno, cada vez que recolecto le voy a dejar donde la señora Gabriela para que llegue fresco.

**Pregunta 13: ¿Ha recibido capacitaciones sobre el manejo de su cultivo?**

Si, con la asociación "ANAGAVEC" es del consejo provincial que nos dijeron que cuando destruya una planta ahí mismo debo sembrar otras y como se debe tapar el pencho.

**Pregunta 14: ¿Pertenece usted a alguna asociación?**

No

## ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

### “ENCI”

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

### ENTREVISTA A PROVEEDORAS

#### **Proveedora 5: TERESA QUISHPE**

**Pregunta 1: ¿Cuál es el lugar de extracción de la materia prima?**

Mi comuna se llama “PINGULMI”

**Pregunta 2: ¿Cada que tiempo realiza la extracción de la Savia?**

Todos los días tres veces al día en la mañana, mediodía y tarde

**Pregunta 3: ¿Ha identificado competencia en su trabajo?**

Sí, porque antes no se interesaban en extraer el misque y ahora han surgido nuevas asociaciones que hacen diferentes derivados del penco y la demanda del misque ha aumentado.

**Pregunta 4: ¿Cada cuánto tiempo vende la materia prima?**

Todos los días excepto fin de semana.

**Pregunta 5: ¿Cuál es proceso para la extracción de la Savia?**

Es necesario encontrar el penco maduro luego limpio la planta antes de cortar luego con un cuchillo corto las hojas entre la cuarta y la quinta y hago el hueco dejo reposar ocho días y regreso a raspar la planta para sacarle el jugo.

**Pregunta 6: ¿Qué porcentaje de su producción total destina para la empresa “Mishky Huarmy” actualmente?**

Saco quince litros diarios, a la empresa le destino el 80% todo lo que saque y el restante lo dejo para trabajarlo yo misma.

**Pregunta 7: ¿Podría usted abastecer a la empresa de mayor cantidad de materia prima en el caso de ser requerido para la exportación?**

Sí, porque actualmente le dejo solo el 80% podría darle todo lo que saco o aumentar la extracción diaria.

**Pregunta 8: ¿Ha tenido alguna propuesta para abastecer a otra empresa?**

No, pero si hubiera más propuestas si lo haría.

**Pregunta 9: ¿Cuántos litros de materia prima son requeridos para la obtención de Savia?**

Cuando hago la extracción utilizo 10 litros de misque para un litro de miel.

**Pregunta 10: Para analizar el abastecimiento de materia prima ¿Cuántas plantas de penco caben por cada hectárea?**

Actualmente no tengo producción de pencos propios, ya que sembré en una hectárea dos mil plantitas, por ahora compro pencos y cuesta \$5 y me rinde \$25.

**Pregunta 11: ¿Cuáles son las características que debe tener el penco para proceder a su extracción para la elaboración del producto final?**

Debe estar bien visualmente y maduro de 12 a 15 años de vida, pero jamás tierno porque el jugo del tierno se pudre la planta y le puede caer al jugo dulce que se está formando, y lo daño.

**Pregunta 12: ¿Cómo es la distribución de la materia prima?**

Lo pongo en un balde lo que saco en la mañana e inmediatamente lo voy a dejar a la empresa de Gabrielita.

**Pregunta 13: ¿Ha recibido capacitaciones sobre el manejo de su cultivo?**

No, solo lo que mis ancestros me enseñaron desde pequeña en mi familia eso es una tradición que se transmite de generación en generación y por ejemplo mis hijas ya saben para que hagan.

**Pregunta 14: ¿Pertenece usted a alguna asociación?**

No

## ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

### “ENCI”

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

### ENTREVISTA A PROVEEDORAS

#### **Proveedora 6: CARMELA FARINANGO**

#### **Pregunta 1: ¿Cuál es el lugar de extracción de la materia prima?**

El lugar donde hago la extracción se llama “Guachalá”

#### **Pregunta 2: ¿Cada que tiempo realiza la extracción de la Savia?**

Realizo la extracción del misque todos los días excepto fin de semana, dos veces al día.

#### **Pregunta 3: ¿Ha identificado competencia en su trabajo?**

Sí, en la comuna donde vivo es complicado porque muchas personas se enteraron que vendíamos el misque y empezaron a hacer lo mismo.

#### **Pregunta 4: ¿Cada cuánto tiempo vende la materia prima?**

De lunes a viernes a penas recolecto voy a vender.

#### **Pregunta 5: ¿Cuál es proceso para la extracción de la Savia?**

Es necesario saber reconocer el penco que es maduro y listo para extraer, luego con el cuchillo corto las hojas que están cerca del corazón de la planta y hago el hueco dejo reposar ocho días y regreso a raspar la planta para sacarle el dulce.

**Pregunta 6: ¿Qué porcentaje de su producción total destina para la empresa “Mishky Huarmy” actualmente?**

Extraigo dieciséis litros diarios, a la empresa le destino el 80% todo lo que saque en la mañana es para ella lo de la tarde lo dejo para hacer guarango.

**Pregunta 7: ¿Podría usted abastecer a la empresa de mayor cantidad de materia prima en el caso de ser requerido para la exportación?**

Sí, porque actualmente le dejo solo el 80% podría darle todo lo que saco.

**Pregunta 8: ¿Ha tenido alguna propuesta para abastecer a otra empresa?**

Sí, pero no me pagaban el precio justo, pero Doña Gabrielita me paga bien.

**Pregunta 9: ¿Cuántos litros de materia prima son requeridos para la obtención de Savia?**

Cuando hago utilizo 10 litros de misque para un litro de miel.

**Pregunta 10: Para analizar el abastecimiento de materia prima ¿Cuántas plantas de penco caben por cada hectárea?**

Tengo un terreno pequeño donde poseo alrededor de 30 plantas de penco y de ahí saco porque se cuándo una planta ya cumple su ciclo enseguida planto más.

**Pregunta 11: ¿Cuáles son las características que debe tener el penco para proceder a su extracción para la elaboración del producto final?**

Debe estar maduro con las hojas abiertas porque los pequeños no dan buen misque y se desperdicia.

**Pregunta 12: ¿Cómo es la distribución de la materia prima?**

Después de la recolección lo pongo en un balde lo que saco en la mañana e inmediatamente lo voy a dejar a la empresa.

**Pregunta 13: ¿Ha recibido capacitaciones sobre el manejo de su cultivo?**

No, lo único que sé es lo que mis abuelos me enseñaron

**Pregunta 14: ¿Pertenece usted a alguna asociación?**

No

## **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información con la finalidad de investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

### **ENTREVISTA A PROVEEDORAS**

#### **Proveedora 7: ISABEL PROAÑO**

**Pregunta 1: ¿Cuál es el lugar de extracción de la materia prima?**

Extraigo la materia prima de la comunidad de “Coniburo”

**Pregunta 2: ¿Cada que tiempo realiza la extracción de la Savia?**

Todos los días, tres veces en la mañana, mediodía y en la tarde

**Pregunta 3: ¿Ha identificado competencia en su trabajo?**

Sí, porque hasta hace pocos años atrás las personas de la comunidad no se interesaban por explotar los pencos, pero ahora ven que la gente pide para los derivados.

**Pregunta 4: ¿Cada cuánto tiempo vende la materia prima?**

Todos los días incluidos fines de semana en especial los viernes en la feria en Cayambe.

**Pregunta 5: ¿Cuál es proceso para la extracción de la Savia?**

Es necesario saber reconocer el penco, con un cuchillo cuando corto las hojas, hago el hueco en el corazón del penco le pongo un litro de agua y tapo, dejo reposar ocho días y regreso a raspar la planta para sacarle el dulce.

**Pregunta 6: ¿Qué porcentaje de su producción total destina para la empresa “Mishky Huarmy” actualmente?**

Saco doce o quince litros diarios, a la empresa le destino el 50% todo lo que saque en la mañana y mediodía es para ella lo de la tarde lo dejo para mí para fermentar y hacer guarango.

**Pregunta 7: ¿Podría usted abastecer a la empresa de mayor cantidad de materia prima en el caso de ser requerido para la exportación?**

Sí, porque actualmente le dejo solo el 50% de lo que saco.

**Pregunta 8: ¿Ha tenido alguna propuesta para abastecer a otra empresa?**

No he recibido más propuestas además yo también vendo chaguarmishky en las ferias.

**Pregunta 9: ¿Cuántos litros de materia prima son requeridos para la obtención de Savia?**

Yo sé que en 10 litros de misque sale un litro de miel.

**Pregunta 10: Para analizar el abastecimiento de materia prima ¿Cuántas plantas de penco caben por cada hectárea?**

La verdad es que yo tengo pocas plantas en mi terreno de manera dispersa, y de ahí las utilizo para sacar el misque.

**Pregunta 11: ¿Cuáles son las características que debe tener el penco para proceder a su extracción para la elaboración del producto final?**

El penco debe ser grande, en estado de madurez para obtener un misque rico y sin acidez como la señora Gabriela requiere para hacer la miel.

**Pregunta 12: ¿Cómo es la distribución de la materia prima?**

Recolecto la materia prima lo cierno y luego se trastona a un balde lo recolectado.

**Pregunta 13: ¿Ha recibido capacitaciones sobre el manejo de su cultivo?**

Si, la señora Gabriela de la empresa Mishky Huarmy es quien regularmente nos enseña cómo tratarle al penco para no destruirlo y sacar un buen misque.

**Pregunta 14: ¿Pertenece usted a alguna asociación?**

No

## 2.8 MATRIZ FODA

Una vez realizada la guía de observación y las entrevistas se procede al análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa en estudio. Tanto las fortalezas como las oportunidades son aspectos favorables para la empresa, la diferencia es que las fortalezas son internas y las oportunidades son por factores externos. Por otro lado, las debilidades y amenazas son negativos para la empresa, de igual manera las debilidades son por factores internos y las amenazas se deben a factores externos de la empresa.

**Tabla 5:** Matriz FODA

<b>Matriz FODA</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>F1</b> Experiencia en ferias a nivel nacional como internacional.	<b>O1</b> Aceptación del producto en el mercado internacional.
<b>F2</b> Producto artesanal diferenciado frente a la competencia.	<b>O2</b> Las proveedoras tienen mayor conocimiento acerca de las correctas prácticas de extracción.
<b>F3</b> Capacidad de producción para poder abastecer demanda internacional.	<b>O3</b> Cuenta con siete proveedoras de diferentes comunidades.
<b>F4</b> Página web en constante actualización acerca del producto.	<b>O4</b> Las proveedoras tienen la capacidad de abastecer mayor demanda en caso de requerirse.
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>D1</b> Falta de conocimientos acerca del proceso de exportación.	<b>A1</b> Falta de apoyo gubernamental para fomentar los productos orgánicos.
<b>D2</b> Precios altos frente a la competencia.	<b>A2</b> Falta de conocimiento del público local acerca de los beneficios de este producto.

<b>D3</b> Carencia de máquinas industrializadas para la elaboración de la miel.	<b>A3</b> Factores climáticos que dificultan la extracción de la materia prima.
<b>D4</b> Dependencia de intermediarios para adquirir la materia prima.	<b>A4</b> No todas las proveedoras cuentan con terreno propio.

Elaborado por: Stefanía Alarcón

## 2.9 CRUCE ESTRATÉGICO FA, FO, DO, DA

**Tabla 6:** Matriz FODA cruce estrategias.

Matriz Cruce FODA		
Fortalezas	FO	FA
<b>F1</b> Experiencias en ferias a nivel nacional como internacional.	<b>F1-O1:</b> Incentivar el consumo a nivel nacional como internacional del producto, ya que éste ha estado en ferias internacionales.	<b>F1-A1:</b> Conseguir apoyo gubernamental a través de las diferentes entidades de promoción de productos para dar a conocer el producto.
<b>F2</b> Producto artesanal diferenciado frente a la competencia.	<b>F2-O2:</b> Brindar capacitaciones a las proveedoras sobre las correctas prácticas de extracción, ya que el producto final se diferencia frente a la competencia.	<b>F2-A2:</b> Promocionar este producto artesanal ya que en su elaboración mantiene su alto valor nutricional.
<b>F3</b> Capacidad de producción para poder abastecer la		<b>F3-A4:</b> Incentivar a las proveedoras para la

<p>demanda internacional.</p>	<p><b>F3-O3:</b> Apoyar la adquisición de los terrenos para plantar proveedores a la empresa y pueden tener diferentes mayor control sobre las comunidades porque es plantas. un producto sin químicos</p>
<p><b>F4</b> Página web en constante actualización acerca del producto.</p>	<p>es decir totalmente natural.</p>
	<p><b>F4-O3:</b> Ahondar en la constante promoción del producto en la página web porque las proveedoras tienen mayor capacidad de abastecimiento en caso de requerirlo.</p>

<b>Debilidades</b>	<b>DO</b>	<b>DA</b>
<p><b>D1</b> Falta de conocimientos acerca del proceso de exportación.</p>	<p><b>D1-O1:</b> Capacitar a la empresa sobre el proceso de exportación, ya que el producto tiene gran aceptación en el mercado internacional, según la percepción en ferias.</p>	<p><b>D1-A1:</b> Gestionar como empresa al gobierno para que brinde información y capacitación sobre los procesos de exportación.</p>
<p><b>D2</b> Precios altos frente a la competencia.</p>	<p><b>D4-O2:</b> Ofertar con mayor intensidad el producto en todos los lugares y dar a conocer las proveedoras</p>	<p><b>D2-A1:</b> Concientizar al público que las proveedoras saben acerca de las buenas prácticas de extracción y</p>

		saben sobre las buenas prácticas de extracción.	sobre los beneficios que el producto aporta al consumidor.
<b>D3</b>	Carencia de máquinas industrializadas para la elaboración de la miel.	<b>D3-O3:</b> Incentivar la industrialización de la empresa, ya que cuenta con diferenciación frente a la competencia.	<b>D3-A3:</b> Adquirir maquinaria industrializada para elaborar mayor cantidad de productos, en especial en las épocas de lluvia, ya que esta complica la extracción.
<b>D4</b>	Dependencia de intermediarios para adquirir la materia prima.	<b>D4-O4:</b> Incrementar la oferta de miel de penco ya que cuenta la empresa con siete proveedoras de diferentes comunidades.	<b>D4-A4:</b> Incentivar la adquisición de terrenos propios y para las proveedoras para abastecer mayor demanda.

---

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

## 2.10 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

La empresa Mishky Huarmy se encuentra ubicada en la parroquia de Guachalá con una distancia aproximada de 10 minutos de la ciudad de Cayambe, esta ubicación es estratégica debido a la cercanía con las parroquias que cuentan con mayor extensión de pencos, lugar de donde son nativas las proveedoras de materia prima. Cabe recalcar que a lo largo de la sierra ecuatoriana se encuentra una gran cantidad de pencos.

Es de conocimiento público que las tradiciones indígenas y ancestrales se están quedando en el olvido, ya que las nuevas generaciones prefieren optar por diversas ocupaciones que no implique mayor sacrificio, pero es necesario recalcar que en las comunidades indígenas las mujeres solo se dedican a cuidar el hogar sin mayor oportunidad de trabajo por eso este emprendimiento nació para rescatar esta práctica ancestral de extraer el chaguarmishky del penco y darles trabajo a las mujeres indígenas que conocen y dominan a la perfección esta técnica.

El propósito principal del emprendimiento Mishky Huarmy fue darle vida a un producto que no solo funciona como sustituto del azúcar, sino que al mismo tiempo aporta con gran cantidad de nutrientes y vitaminas al consumidor, en el mercado nacional le dan poco valor a este tipo de productos, sin embargo, la creciente tendencia en los mercados internacionales es preferir productos naturales libre de químicos posiciona al producto como candidato perfecto para la internacionalización.

El producto cuenta con un alto valor agregado, ya que el proceso productivo es diferente porque cuenta con el enfoque de conservar los nutrientes del penco, diferente al de los productos que actualmente se encuentran ya establecidos en el mercado internacional, tomando en cuenta que actualmente la empresa está trabajando al 55% de total de la producción, lo que significa que esta puede abastecer mayor demanda y cuenta con siete proveedoras de comunidades diferentes que tienen la capacidad de abastecer a la empresa en caso de aumentar la demanda de materia prima.

Como parte de un sondeo realizado en las ferias internacionales asistidas en varias ocasiones se concluyó que el producto tuvo gran aceptación del público extranjero y en el sitio turístico el reloj solar en la mitad del mundo ubicado en Cayambe que tiene una fuerte presencia de turistas extranjeros se vende actualmente el producto y se puede comprobar que este público también acepta este producto con agrado.

Se puede concluir que existe la oportunidad de buscar el mercado idóneo para la exportación de un producto ecuatoriano ancestral que en los mercados

internacionales es muy valorado, por eso esta opción debe ser aprovechada por la empresa para que su comercialización sea lo más rentable posible.

## CAPÍTULO III

### INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 3.1 MODELO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN CAYAMBE.

##### 3.1.1 Evolución de exportaciones

Las exportaciones que Ecuador ha realizado de miel de agave ha sido nula, es decir no se registra datos bajo esta partida arancelaria en los registros del portal de trade map, por ello es necesario fomentar la exportación de este producto porque la materia prima se encuentra en la sierra ecuatoriana en grandes cantidades, es necesario fomentar la exportación de productos naturales que benefician a la salud del consumidor.

##### 3.1.2 Principales mercados

###### 3.1.2.1 Importaciones mundiales

*Tabla 7:* Importaciones mundiales (miles de dólares)

2013		2014		2015		2016		2017	
Cant. Importada/Ton	Valor Imputado	Cant. Importada/Ton	Valor Imputado	Cant. Importada/Ton	Valor Imputado	Cant. Importada/Ton	Valor Imputado	Cant. Importada/Ton	Valor Imputado
1.907.449	1.032.055	1.895.004	934.070	2.066.817	910.435	2.017.690	892.286	0	1.036.758

**Fuente:** Trade Map

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

Las importaciones a nivel mundial de la partida arancelaria correspondiente a la savia de agave han ido en aumento en especial en Norteamérica y los países Asiáticos, por esta razón se puede observar en la tabla que en los últimos años la cantidad importada ha tenido leves incrementos, como por ejemplo en el 2015 es

el año con mayor cantidad importada, en cuanto al valor importado se observa una ligera baja desde el 2013 al 2016 sin embargo en el 2017 tuvo un ligero aumento.

### 3.1.2.2 Países Importadores del Mundo

**Tabla 8:** Principales países importadores del mundo (miles de dólares)

N°	Importadores	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
		Imp. 2013	Imp. 2014	Imp. 2015	Imp. 2016	Imp. 2017
1	Mexico	484.666	365.651	384.658	397.348	420.484
2	Filipinas	58.133	62.502	73.178	31.295	124.862
3	Estados Unidos	95.428	114.226	97.285	87.517	95.889
4	Indonesia	28.900	34.059	36.014	44.303	52.190
5	Canadá	55.342	56.915	54.286	62.979	51.603
6	Viet nam	37.374	31.407	34.641	32.008	35.246
7	Alemania	34.772	39.634	29.517	25.009	27.171
8	Países Bajos	20.889	17.321	9.014	22.732	20.515
9	Rumania	32.207	32.082	17.432	17.869	17.973
10	Francia	15.615	14.995	13.664	16.002	15.305

**Fuente:** Trade Map

**Elaborado por:** Stefania Alarcón

El principal país comprador es México, tomando en cuenta que a su vez este país es productor de este tipo de productos porque cuenta con la misma materia prima que Ecuador para elaboración de la miel, los demás países que se encuentran en esta lista son países desarrollados donde el consumo de este tipo de alimentos es mayor, debido al aumento de la tendencia hacia los productos orgánicos y naturales.

### 3.1.3 Principales competidores

**Tabla 9:** Principales competidores a Nivel Mundial (miles de dólares)

Exportaciones	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
	Exp. 2013	Exp. 2014	Exp. 2015	Exp. 2016	Exp. 2017
Estados Unidos	597.025	481.311	447.908	461.823	462.793
China	103.405	83.933	131.769	182.515	179.903
Mexico	89.015	119.645	99.954	115.890	115.855
Hungria	65.602	66.653	52.169	56.479	56.833
Corea	29.523	41.831	48.627	49.265	35.176
Bulgaria	35.667	31.277	23.698	19.048	22.725
Alemania	27.251	26.165	20.154	19.516	20.510
Países Bajos	15.456	15.095	16.896	20.320	18.072
Canadá	34.307	32.731	35.833	19.699	17.980
Taipei Chino	6.378	8.126	8.750	9.603	11.397

**Fuente:** Trade Map

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

Según la información obtenida a través de Trade Map, se puede observar que no solo Ecuador se dedica a la obtención de diversos jarabes o mieles que sirven como suplementos de endulzantes, en este caso los países que lideran las exportaciones son los países Norteamericanos y Asiáticos, los mismos que a su vez figuran como los principales importadores generalmente los verdaderos exportadores son los países en desarrollo que por falta de apoyo gubernamental desconocen los procesos de exportación y como consecuencia no figuran en estas listas.

#### 3.1.3.1 Exportaciones Mundiales

**Tabla 10:** Exportaciones a Nivel Mundial (miles de dólares)

2013		2014		2015		2016		2017	
Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor
Exporta	Exporta	Exporta	Exporta	Exporta	Exporta	Exporta	Exporta	Exporta	Exporta
da/Ton	Rtado	da/Ton	Rtado	da/Ton	Rtado	da/Ton	Rtado	da/Ton	Rtado
7.638.884	1.064.688	7.591.965	966.620	7.688.445	933.081	8.209.162	1.001.975	0	995.158

**Fuente:** Trade Map

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

Las exportaciones que se han realizado durante los últimos cinco años sobre la savia de agave han tenido variaciones por ejemplo en cantidad exportada ha registrado un incremento cada año en cantidades significativas, en cuanto al valor exportado registra variaciones de un año a otro aunque no son significativas, tomando como referencia el 2017 no se registra la cantidad exportada pero el valor exportado presenta una variación leve menor según el año anterior, por lo tanto estos datos son favorables para los productores porque el valor exportado se mantiene en un rango alto.

### 3.1.3.2 Países Exportadores

**Tabla 11:** Mercados exportadores de savia de agave

Exportaciones	Cantidad Exportada	Cantidad Exportada	Cantidad Exportada	Cantidad Exportada	Cantidad Exportada
	Ton. 2013	Ton. 2014	Ton. 2015	Ton. 2016	Ton. 2017
Estados Unidos	1.331.300	1.324.491	1.276.654	1.333.272	1.334.830
China	186.272	162.324	270.606	454.843	546.696
Hungría	104.599	125.616	153.184	161.146	155.265
Corea	55.823	86.815	106.633	112.130	87.888
Bulgaria	233.983	59.939	71.823	59.760	59.151
Canadá	77.095	87.824	103.241	55.801	56.783
México	37.287	42.465	37.194	45.049	43.068
Bosnia y Herzegovina	21.215	19.212	19.981	20.464	20.484
Turquía	5.172	31.404	19.097	13.401	16.994
Alemania	20.124	18.360	18.197	15.632	13.899

**Fuente:** Trade Map

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

El principal mercado exportador es Estados Unidos, ya que es el que obtiene la mayor participación en cantidades exportadas, la cual se mantiene a través de los años con variaciones leves, pero en constante aumento, este mercado representa la mayor demanda y al mismo tiempo la mayor oferta en cuanto a este tipo de productos, seguido de esto se encuentra China y Hungría

## 3.2 SELECCIÓN DE POTENCIALES MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN

### 3.2.1 México



#### a) Factores Socioeconómicos

México se ha convertido en un gran atractivo para las exportaciones de jarabe de fructosa al encontrarse para el 2018, en la segunda economía más grande en Latinoamérica después de Brasil, convirtiéndose un destino para las exportaciones.

Los indicadores macroeconómicos de este país evidencian que existe una interrelación directa entre las importaciones y exportaciones en el 2018 la exportación en miles de dólares es mayor a las importaciones por ende la balanza comercial es beneficiosa para este país, ubicándose en este segundo lugar importante en Latinoamérica.

**Tabla 12.** Factores socioeconómicos de Mexico

Capital	Ciudad de Mexico
Coordenadas Geográficas	19 26 N, 99 08 W
Población	125.959.205 (Julio 2018 est.)
Idiomas	Español solo 92.7%, español y lenguas indígenas 5.7%, indígenas solo 0.8%, no especificado 0.8%
Crecimiento Poblacional	1.09% (2018 est.)
PIB	\$ 1.151 billones (2017 est.)
Tasa de crecimiento PIB	2% (2017 est.)
PIB - per cápita (PPA)	\$ 19,900 (2017 est.)
PIB – Composición por sector de origen	<b>Agricultura:</b> 3,6% (2017 est.) <b>Industria:</b> 31,9% (2017 est.) <b>Servicios:</b> 64.5%. (2017 est.)
Exportaciones	\$ 409.8 mil millones (2017 est.)
Importaciones	\$ 420.8 mil millones (2017 est.)
Moneda Oficial	Pesos mexicanos (MXN)
Tipo de Cambio	Pesos mexicanos por dólar estadounidense - 18.26 (2017 est.)
Desempleo	6.9% (2017 est.)
Tasa de Inflación	6% (2017 est.)

**Fuente:** Central Intelligence Agency

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

## **b) Factores Políticos**

En 1994 entró en vigencia el Tratado de libre comercio de América del Norte (TLCAN), a partir de ese momento México se ha enfocado en la manufactura. El país actualmente cuenta con tratados de libre comercio con 46 diferentes países. El 1 de enero de 1995 forma parte de la organización mundial de comercio (OMC)

Desde el 2012 México forma parte de la Alianza del Pacífico con países como Chile, Colombia y Perú, de la misma forma a partir del 2015 se ha enfocado en realizar subastas públicas para el desarrollo del petróleo y de la energía eléctrica a largo plazo para impulsar la producción, además ha puesto sus esfuerzos para atraer la inversión privada al sector energético.

### c) Factores Legales

Los acuerdos de libre comercio favorecen en gran medida a las naciones participantes, con relación a Ecuador ambos países cuentan con un Acuerdo de Alcance Parcial N°.29, que quiere decir que es un acuerdo regional de apertura de mercados a favor de Ecuador.

Además del acuerdo regional relativo a la preferencia arancelaria regional AR.PAR.N°4, donde los participantes son Ecuador, Argentina, Brasil, Chile, México, Paraguay, Cuba, Uruguay y Panamá.

### d) Factores Geográficos

México se encuentra ubicado en América del Norte, limita entre Estados Unidos y Belice y por el océano pacifico norte limita entre Estados Unidos y Guatemala.

Cuenta con un área total de 1, 964,375 km<sup>2</sup>, respecto al clima este varía desde tropical a desierto se estima que un cuarto de la población total del país vive en y en los alrededores de la Ciudad de México.

**Tabla 13** Acceso físico desde Ecuador a México

Vía Aérea	Vía Marítima
Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (MEX)	Puerto de Veracruz
Aeropuerto Internacional de Guadalajara (GDL)	Puerto de Manzanillo
	Puerto Lázaro Cárdenas

**Fuente:** ProEcuador

**Elaborado por:** Stefania Alarcón

**Tabla 14** Costos de Exportación vía marítima

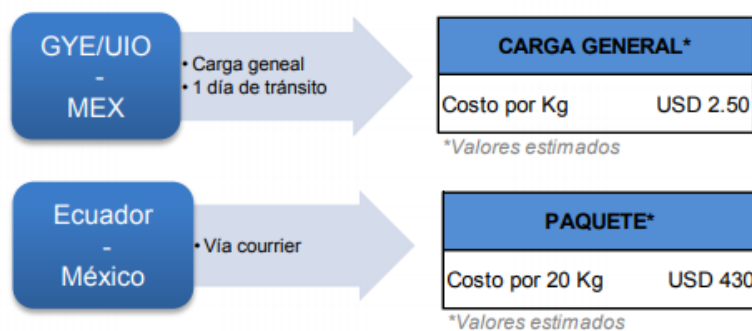
COSTOS CONTENEDOR FCL*	
Contenedor 20' Seco	USD 500
Contenedor 40' Seco	USD 700
Contenedor 40' Refrigerado	USD 2,500

*\*No incluye gastos adicionales por recargos, ni gastos locales*

**Fuente:** ProEcuador

**Elaborado por:** Stefania Alarcón

**Tabla 15** Costos de Exportación vía aérea



**Fuente:** ProEcuador

**Elaborado por:** Stefania Alarcón

### e) Miel de Agave Cifras

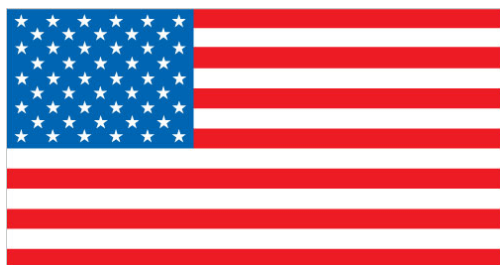
Considerado dentro de los azúcares más importados, muchos países los usan y los consumen, así como también los procesan para convertirlos en otros productos.

En el caso de México:

Importaciones	Tipos
<b>\$ 594 millones de dólares</b>	Jarabes de azúcar, en promedio, también conocido como caramelo, miel, maple, agave, de alta fructuosa, maíz, stevia, néctar.

**Figura 15.** Cifras de Importaciones de Miel de Agave México  
**Fuente:** (Teng, 2016)

### 3.2.2 Estados Unidos



#### a) Factores Socioeconómicos

Estados Unidos es uno de los mercados más grandes destinados a la exportación de productos, por tal razón al ser un país consumista este destina cierta cantidad de dinero para productos extranjeros que cuentan con alto valor nutricional para el ser humano como es la miel de agave.

**Tabla 16** Factores socioeconómicos de Estados Unidos

Capital	Washington, DC
Coordenadas Geográficas	38 53 N, 77 02 W
Población	329,256,465 (Julio 2018 est.)
Idiomas	Solo inglés 78.2%, español 13.4%, chino 1.1%, otro 7.3% (2017 est.)
Crecimiento Poblacional	0.8% (2018 est.)
PIB	\$ 19.49 billones (2017 est.)
Tasa de crecimiento PIB	2.2% (2017 est.)
PIB - per cápita (PPA)	\$ 59,800 (2017 est.)

PIB – Composición por sector de origen	<b>Agricultura:</b> 0.9% (2017 est.) <b>Industria:</b> 19.1% (2017 est.) <b>Servicios:</b> 80% (2017 est.)
Exportaciones	\$ 1.553 billones (2017 est.)
Importaciones	\$ 2.361 billones (2017 est.)
Moneda Oficial	Dólar Estadounidense
Tipo de Cambio	<b>Libras esterlinas por dólar estadounidense:</b> 0.7836 (2017 est.) <b>Dólares canadienses por dólar estadounidense:</b> 1, 1.308 (2017 est.) <b>yuan chino por dólar estadounidense:</b> 1, 6.7588 (2017 est.) <b>Euros por dólar estadounidense:</b> 0.885 (2017 est.) <b>Yen japonés por dólar estadounidense:</b> 111.10 (2017 est.)
Desempleo	4.4% (2017 est.)
Tasa de Inflación	2.1% (2017 est.)

**Fuente:** Central Intelligence Agency

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

## b) Factores Políticos

Estados Unidos es miembro de la Organización mundial de comercio (OMC), a partir de 01 de enero de 1995 antes llamado el GATT, además es parte desde el 04 de agosto del 2004 del CAFTA-DR que lo componen Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana, igualmente forma parte del TLCAN desde el 1 de enero de 1994 grupo que está compuesto por Canadá, Estados Unidos y México.

Cabe recalcar que el país cuenta con varios acuerdos comerciales con diversos países alrededor del mundo como: Corea, Panamá, Colombia, Perú, Marruecos, Australia, Singapur, Chile, Israel, etc.

## c) Factores Legales

Estados Unidos es un país con una de las economías más fuertes del mundo, debido a los grandes avances tecnológicos en los últimos tiempos, además de ser una fuerte influencia en la economía y en el sector comercial, esto se debe a los

acuerdos a los que está suscrito ya sean los acuerdos multipartes y los acuerdos bilaterales.

Actualmente Estados Unidos posee un acuerdo comercial con Ecuador que es el sistema generalizado de preferencias (SGP), que fue ratificado el 23 de marzo del 2018 por 3 años más, acuerdo que beneficia a las exportaciones de Ecuador para que ingresen a su territorio con menores aranceles o sin pagarlo.

#### **d) Factores Geográficos**

Estados Unidos es considerado como el tercer país más grande del mundo por tamaño del territorio, sus limitaciones son al norte Canadá con 8893 km (incluidos 2477 km con Alaska) y al sur México con 3155 km.

Los principales puertos de carga son Baton Rouge, Corpus Christi, Hampton Roads, Houston, Long Beach, Nueva York, Plaquemines (LA), Tampa, entre otros y los puertos de contenedores son Charleston (1,996,282), Hampton Roads (2,655,705), Houston (2,174,000), Long Beach (6,775,171), Los Angeles (8,856,783), Nueva York / New Jersey (6,251,953), entre otros.

**Tabla 17.** Acceso físico desde Ecuador a Estados Unidos

<b>Vía Aérea</b>	<b>Vía Marítima</b>
Aeropuerto Internacional de Miami (MIA)	Puerto de Everglades (Costa Este)
Aeropuerto Internacional John F. Kennedy (JFK)	Puerto de San Diego (Costa Oeste)

**Fuente:** ProEcuador

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

**Tabla 18.** Costos de Exportación vía marítima

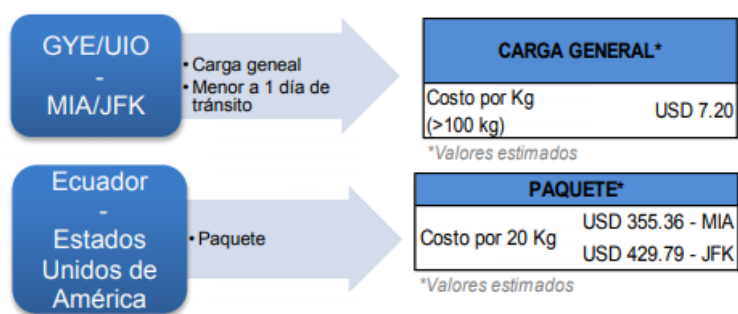
COSTOS CONTENEDOR FCL*	
Contenedor 20' seco	USD 800
Contenedor 40' seco	USD 1,000
Contenedor 40' refrigerado	USD 2,000

\*No incluye gastos adicionales por recargos, ni gastos locales

**Fuente:** ProEcuador

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

**Tabla 19.** Costos de Exportación vía aérea



**Fuente:** ProEcuador

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

### e) Miel de Agave Cifras

Exportaciones	Tipos
1,17 Miles de millones de dólares	Jarabes de azúcar, en promedio, también conocido como caramelo, miel, maple, agave, de alta fructuosa, maíz, stevia, néctar.

Importaciones	Jarabes de azúcar, en promedio, también conocido como caramelo, miel, maple, agave, de alta fructuosa, maíz, stevia, néctar.
\$ 546 Millones de Dólares	

**Figura 16.** Cifras de Importaciones de Miel de Agave Estados

**Fuente:** (Teng, 2016)

### 3.2.3 Filipinas



#### a) Factores Socioeconómicos

Las Islas Filipinas tiene poca dependencia a las exportaciones, sus mayores ingresos se centran en las remesas que son de aproximadamente diez millones de migrantes y por la industria de servicios que está en rápido crecimiento.

Actualmente el país atraviesa por una situación complicada debido a sus déficits presupuestario, sin embargo, debido a las políticas este panorama ha ido mejorando y logrando así un crecimiento económico en materia de la inversión extranjera directa (IED)

El gobierno actual está enfocando todo su esfuerzo para impulsar un programa integral de reforma tributaria para aumentar los ingresos.

**Tabla 20.** Factores socioeconómicos de Estados Unidos

Capital	Manila
Coordenadas Geográficas	13 00 N, 122 00 E
Población	105.893.381 (Julio 2018 est.)
Idiomas	Filipino no especificado (oficial; basado en tagalo) e inglés (oficial); Ocho dialectos principales: Tagalog, Cebuano, Ilocano, Hiligaynon o Ilonggo, Bicol, Waray, Pampango y Pangasinan.
Crecimiento Poblacional	1,55% (2018 est.)
PIB	\$ 313.6 mil millones (2017 est.)
Tasa de crecimiento PIB	6.7% (2017 est.)
PIB - per cápita (PPA)	\$ 8,400 (2017 est.)
PIB – Composición por sector de origen	<b>Agricultura:</b> 9.6% (2017 est.) <b>Industria:</b> 30.6% (2017 est.) <b>Servicios:</b> 59.8%. (2017 est.)
Exportaciones	\$ 48.2 mil millones (2017 est.)
Importaciones	\$ 89.39 mil millones (2017 est.)
Moneda Oficial	Pesos filipinos (PHP)
Tipo de Cambio	Pesos filipinos por dólar estadounidense 50.4 (2017 est.)
Desempleo	5.7% (2017 est.)
Tasa de Inflación	2,9% (2017 est.)

**Fuente:** Central Intelligence Agency

**Elaborado por:** Stefania Alarcón

## **b) Factores Políticos**

Desde el 1 de enero de 1995 Filipinas empezó a ser miembro de la Organización mundial de comercio (OMC) y desde 1979 miembro del GATT, de la misma manera este país cuenta con acuerdos comerciales regionales como la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) formada por diez países y al Foro de cooperación económica Asia-Pacífico (APEC).

Al igual que los otros países Filipinas también cuenta con los tratados de libre comercio bilaterales con países como India, Canadá, China, Unión Europea (UE), Japón, Corea, Estados Unidos, entre otros.

### c) Factores Legales

Filipinas es la 38° mayor economía en el tema de exportación, aunque es un país que registra mayor cantidad en importaciones frente a las exportaciones, dentro de las principales importaciones tiene los circuitos integrados, refinado de petróleo, coches, petróleo crudo, entre otros. El sistema arancelario que maneja Filipinas se basa en el sistema armonizado de la ASEAN.

Actualmente Ecuador y Filipinas no hay acuerdos comerciales.

### d) Factores Geográficos

Filipinas es un país que se encuentra ubicado al sudeste de Asia, que limita con Indonesia, China, Japón, Malasia, Taiwán, Vietnam, Palau por el mar.

En cuanto a los puertos se puede decir que los principales son Batangas, Cagayan de Oro, Cebú, Davao, Liman, Manila y los puertos de contenedores es Manila (4,523,339).

Debido a la naturaleza del país, el comercio exterior se lleva a cabo en su mayoría a través de la vía marítima contando con más de mil puertos.

**Tabla 21.** Acceso físico desde Ecuador a Filipinas

Vía Aérea	Vía Marítima
Aeropuerto internacional Ninoy Aquino	Manila International Container Terminal
Mactan-Cebu International Airport	Cebu International Container Terminal
	Zamboanga International Container Terminal

**Fuente:** ProEcuador

**Elaborado por:** Stefania Alarcón

**Tabla 22.** Costos adicionales para la exportación a Filipinas

Costos	Gastos
El valor de materiales, componentes, piezas y artículos incorporados en el producto importado	Comisiones y gastos aduaneros
Royalties	Gastos para la carga, descarga y manutención.
Coste de transporte	Gastos de seguro

**Fuente:** (Manila, 2012)

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

### e) Miel de Agave Cifras

Importaciones	Tipos
<b>\$ 285 millones de dólares</b>	Jarabes de azúcar, en promedio, también conocido como caramelo, miel, maple, agave, de alta fructuosa, maíz, stevia, néctar.

**Figura 17.** Miel de Agave en Cifras Filipinas

**Fuente:** (Teng, 2016)

### 3.3 MATRIZ POAM

**Tabla 23.** Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO												
TABULACIÓN	México				Estados Unidos				Filipinas			
	Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas	
Factores Socio y económicos	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts
Tasas de Crecimiento PIB	Media	2			Alta	3			Alta	3		
PIB-Per cápita	Media	2			Alta	3			Baja	1		
Desempleo	Media	2			Media	2			Media	2		
Tasas de Inflación anual	Alta	3			Media	2			Media	2		
	<b>Suma</b>	<b>9</b>	<b>Suma</b>		<b>Suma</b>	<b>10</b>	<b>Suma</b>		<b>Suma</b>	<b>8</b>	<b>Suma</b>	
	<b>Promedio</b>	<b>2,25</b>	<b>Promedio</b>		<b>Promedio</b>	<b>2,5</b>	<b>Promedio</b>		<b>Promedio</b>	<b>2</b>	<b>Promedio</b>	
<b>Factores Políticos</b>												
Acuerdos Comerciales	Media	2			Alta	3			Baja	1		
Riesgo País	Media	2			Media	2			Media	2		
	<b>Suma</b>	<b>4</b>	<b>Suma</b>		<b>Suma</b>	<b>5</b>	<b>Suma</b>		<b>Suma</b>	<b>3</b>	<b>Suma</b>	
	<b>Promedio</b>	<b>2</b>	<b>Promedio</b>		<b>Promedio</b>	<b>2,5</b>	<b>Promedio</b>		<b>Promedio</b>	<b>1,5</b>	<b>Promedio</b>	
<b>Factores Legales</b>												
Arancelarios	Media	2			Media	2			Media	2		

Para Arancelarios			Media	2			Media	2			Media	2
	<b>Suma</b>	2	<b>Suma</b>	2	<b>Suma</b>	2	<b>Suma</b>	2	<b>Suma</b>	2	<b>Suma</b>	2
	<b>Promedio</b>	2	<b>Promedio</b>	2	<b>Promedio</b>	2	<b>Promedio</b>	2	<b>Promedio</b>	2	<b>Promedio</b>	2
<b>Factores Geográficos</b>												
Ubicación	Alta	3			Alta	3			Baja	1		
Transportes	Media	2			Alta	3			Baja	1		
Costos	Media	2			Media	2			Baja	1		
	<b>Suma</b>	7			<b>Suma</b>	8			<b>Suma</b>	3	<b>Suma</b>	
	<b>Promedio</b>	2,3			<b>Promedio</b>	2,6			<b>Promedio</b>	1	<b>Promedio</b>	
	<b>Oportunidades</b>		<b>Amenazas</b>		<b>Oportunidades</b>		<b>Amenazas</b>		<b>Oportunidades</b>		<b>Amenazas</b>	
Factores Socio econo.	2,25		0		2,5		0		2		0	
Factores políticos	2		0		2,5		0		2,5		0	
Factores Legales	2		2		2		2		2		2	
Factores Geográficos	2,3		0		2,6		0		1		0	
<b>SUMA GENERAL</b>	8,55		2		9,6		2		7,5		2	
<b>PROMEDIO GENERAL</b>	<b>2,14</b>		0,5		<b>2,4</b>		0,5		<b>1,88</b>		0,5	

*Elaborado por:* Stefania Alarcón

<b>OPORTUNIDADES</b>	ALTA	3
	MEDIA	2
	BAJA	1
<b>AMENAZAS</b>	ALTA	3
	MEDIA	2
	BAJA	1

*Elaborado por:* Stefania Alarcón

Para realizar la matriz POAM fue necesario hacer la comparación entre los tres países México, Estados Unidos y Filipinas, en relación con la puntuación que se le otorga a cada país se procedió a revisar la situación de cada uno en base a los factores requeridos, de esta manera el país que tenía mayor ventaja frente a los demás se le otorgó la mayor puntuación que es el número tres y así sucesivamente hasta completar las puntuaciones.

Finalmente se realizó la sumatoria final y el promedio, con este método el país con mayor puntuación fue el seleccionado como el mercado destino de exportación de la Savia (miel) de agave.

### **3.4 MERCADO OBJETIVO A NIVEL INTERNACIONAL**

#### **3.4.1 Estados Unidos de América**

##### **a) Barreras Arancelarias**

Las barreras arancelarias se definen como los derechos o tarifas que un país fija y se cobran en las aduanas de un país.

La Savia de Agave (miel), de Ecuador con la subpartida arancelaria 1702.60.00.00 ingresa a Estados Unidos con un arancel aplicado del 6% basado en el régimen arancelario derecho NMF (Nación Más Favorecida) y con el 0% de arancel preferencial para los países del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).

##### **b) Barreras No Arancelarias**

Se definen como aquellas disposiciones gubernamentales, que obstruyen el ingreso libre de las mercancías a un país determinado, las barreras no arancelarias pueden ser: registros, licencias, especificaciones técnicas, certificados, reglas, entre otros.

Para la exportación hacia Estados Unidos es necesario el documento CITES, que es aquel documento que confirme que cualquier transacción de las especies silvestres,

plantas o productos de los mismos se ajusta a las disposiciones de la Convención sobre el comercio internacional de especies amenazadas de fauna y flora silvestres.

Se requiere para el despacho de aduanas.

Expedido por las autoridades competentes del país de origen

El documento debe ser preparado en inglés, español y / o francés.

Toda esta información debe ser válida entre los datos recogidos y el documento en cuanto a cantidad y especies (Exporta Facil, 2017)

Es necesario obtener un certificado especialmente para alimentos que se llama certificado de ingreso de alimentos y bebidas que lo emite la administración de medicamentos y alimentos (FDA) en Estados Unidos.

### **3.4.2 Competencia**

#### **a) Nacional**

En el territorio Nacional la principal competencia para la empresa Mishky Huarmy es la empresa “La Mishkerita” que fue fundada en el 2006 por Jenny Donoso quien empezó vendiendo el producto en su restaurante, luego se dedicó por completo a la comercialización del producto ahora este se expende en las cadenas de Supermaxi, siendo el único producto posicionado en los supermercados. Por otro lado, se encuentra como competencia la marca “Regenpen” fundada por la fisioterapeuta cuencana Flor Barrera quien expende el producto en su clínica y centro de medicina natural, lo que ha logrado gran acogida por las personas de esta ciudad y ciudades aledañas en la sierra ecuatoriana.

#### **b) Internacional**

En el mercado internacional México es el país que representa la mayor competencia para Ecuador, debido a que este país también es productor de miel de agave, actualmente la empresa “Edulag”, es la principal exportadora de los productos hechos a base de agave.

Por otro Estados Unidos es un país importador de este tipo de producto en especial de México, sin embargo, en este país están posicionadas varias empresas que se dedican a la comercialización de productos edulcorantes, en este caso la empresa americana “Madhava” está posicionada a lo largo de todo el país y es expendedora de la miel de agave lo que la convierte en competencia directa.

### **3.5 DEMANDA**

#### **3.5.1 Comportamiento histórico de la demanda**

##### **a) Producción Nacional**

La subpartida arancelaria 170260, abarca una gran cantidad de productos o en este caso diferentes tipos de jarabes que se expenden en Estados Unidos entre ellos destacan el jarabe de arce, jarabe de maíz y el jarabe de agave.

Para el caso del jarabe de maíz según El País, (2012) “Los Estados Unidos son el mayor productor y consumidor de jarabe de maíz alto en fructosa”, es por eso que esta subpartida registra un elevado número de producción nacional y por lo tanto de exportaciones.

Por otro lado, en el caso del jarabe de agave no registra producción nacional según El Empresario, (2013) “De la producción actual –detalló- aproximadamente 70% se va a Estados Unidos, 20% a Europa, 8% al resto del mundo y sólo 2% se queda aquí en México”. debido a que en Estados Unidos no se encuentra penco que es la materia prima para la elaboración de este jarabe, actualmente este se encuentra importando desde México.

## b) Importaciones

**Tabla 24.** Importaciones mundiales Estados Unidos

	Cantidad importada, Toneladas <u>2013</u>	Cantidad importada, Toneladas <u>2014</u>	Cantidad importada, Toneladas <u>2015</u>	Cantidad importada, Toneladas <u>2016</u>	Cantidad importada, Toneladas <u>2017</u>
<b>Mundo</b>	94.086	114.216	122.576	81.870	84.965

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Stefanía Alarcón

## 3.6 OFERTA

### 3.6.1 Comportamiento histórico de la oferta

#### a) Exportaciones

**Tabla 25.** Exportaciones mundiales Estados Unidos

	Cantidad exportada, Toneladas <u>2013</u>	Cantidad exportada, Toneladas <u>2014</u>	Cantidad exportada, Toneladas <u>2015</u>	Cantidad exportada, Toneladas <u>2016</u>	Cantidad exportada, Toneladas <u>2017</u>
<b>Mundo</b>	1.331.300	1.324.491	1.276.654	1.333.272	1.334.830

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Stefanía Alarcón

## 3.7 PROYECCIÓN LINEAL

### 3.7.1 Importaciones

**Tabla 26.** Cálculo proyección de importaciones

Años	Importaciones(Y)	X	XY	X <sup>2</sup>
<b>2013</b>	94.086	-2	-188172	4
<b>2014</b>	114.216	-1	-114216	1
<b>2015</b>	122.576	0	0	0
<b>2016</b>	81.870	1	81870	1

<b>2017</b>	84.965	2	169930	4
<b>Total</b>	<b>497.713</b>	<b>0</b>	<b>-50588</b>	<b>10</b>

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Stefanía Alarcón

**Fórmula:**  $Y = a + bx$

Dónde:  $a = \frac{\sum Y}{N} = \frac{497,713}{5} = 99,542.6$

Dónde:  $b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{-50.588}{10} = -5058,8$

Proyección  $Y = 99,542.6 + -5058,8 = 94,483.80$

**Sustitución de términos**

$Y_{2018} = 99,542.6 + -15176,4$  **(3)**

$Y_{2018} = 84,366.20$

**Tabla 27.**Proyección de Importaciones

<b>Años</b>	<b>Importaciones</b>
<b>2018</b>	84.366,20
<b>2019</b>	79.307,40
<b>2020</b>	74.248,60
<b>2021</b>	69.189,80
<b>2022</b>	64.131,00

Elaborado por: Stefanía Alarcón

### 3.7.2 Exportaciones

**Tabla 28.** Cálculo proyección de exportaciones

Años	Exportaciones(Y)	X	XY	X <sup>2</sup>
2013	1331300	-2	-2662600	4
2014	1324491	-1	-1324491	1
2015	1276654	0	0	0
2016	1333272	1	1333272	1
2017	1334830	2	2669660	4
<b>Total</b>	<b>6.600.547</b>	<b>0</b>	<b>15841</b>	<b>10</b>

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### Sustitución de términos

$$Y_{2018} = 1'320,109.40 + 1584.10 \text{ (3)}$$

$$Y_{2018} = 1'324,861.70$$

**Tabla 29.** Proyección de exportaciones

Años	Exportaciones
<b>2018</b>	1'324,861.70
<b>2019</b>	1'326,445.80
<b>2020</b>	1'328,029.90
<b>2021</b>	1'329,614
<b>2022</b>	1'331,198.10

Elaborado por: Stefanía Alarcón

### 3.7.4 Consumo aparente

Tabla 30. Consumo Aparente

Años	Producción	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente
<b>Nacional</b>				
2018	0,00	84366,20	1324861,70	-1240495,50
2019	0,00	79307,40	1326445,80	-1247138,40
2020	0,00	74248,60	1328029,90	-1253781,30
2021	0,00	69189,80	1329614,00	-1260424,20
2022	0,00	64131,00	1331198,10	-1267067,10

Elaborado por: Stefania Alarcón

### 3.8 ANÁLISIS DEL SECTOR

La savia (miel) de agave no es elaborado en Estados Unidos por la falta de materia prima que en este caso es el penco, por tal razón en producción nacional es cero, sin embargo, esta partida arancelaria comprende una gran lista de otros azúcares como jarabes, miel, néctar, maple, entre otros.

Por lo antes mencionado se obtuvo como resultado el consumo aparente en negativo, por eso se hizo necesario la aplicación de una entrevista dirigida a un posible cliente para estar seguros que si hay demanda del producto savia (miel) de agave (ver anexo 3).

Estados Unidos representa el mayor exportador de la subpartida arancelaria 170260 con alrededor \$1,3 miles millones, pero a su vez es el segundo país importador de esta partida con alrededor de \$544 millones, por esta razón es que esta partida representa un buen ingreso para el país, ya que en los últimos años se ha incrementado la tendencia hacia los sustitutos naturales del azúcar refinado. (OEC, 2016) Cabe recalcar que este alto valor en las exportaciones corresponde en gran medida al jarabe de maíz, arce y maple que son los productos estrellas en Estados Unidos.

Después de realizar el cálculo del consumo aparente y no tener datos certeros, debido a la gran cantidad de productos que se encuentran en esta subpartida, se

procedió a realizar una entrevista a un posible cliente en Estados Unidos para determinar la demanda.

### **3.8.1 Acuerdos comerciales**

Estados Unidos actualmente representa una de las potencias mundiales, debido a su acelerado crecimiento económico, por esta razón es fácil suponer que muchos países se encuentran interesados en hacer tratados de libre comercio con este país.

Entre los acuerdos tenemos a los bilaterales y multilaterales, dentro del segundo el más importante es ser miembro y representante de la OMC, acuerdo que comenzó como parte contratante del GATT desde 01 de enero en 1948 que luego paso a ser la OMC desde 01 de enero de 1995, además forma parte del TLCAN junto a México y Canadá y CAFTA-DR junto Centroamérica y República Dominicana. (SICE, 2018)

Estados Unidos con Ecuador actualmente tienen un acuerdo comercial denominado Sistema Generalizado de Preferencias SGP, que es un programa para promover el crecimiento económico del país beneficiario, como beneficio de esto es exportar sus productos con bajos aranceles o con arancel 0%.

## **3.9 LOGÍSTICA Y COMERCIALIZACIÓN**

En Estados Unidos existen dos tipos de acceso físico desde Ecuador a Estados Unidos, donde destacan la vía aérea con dos aeropuertos principales que son el Aeropuerto internacional de Miami (MIA), este aeropuerto es considerado el número 1 en tráfico de carga internacional además en el 2016 fue considerado como la principal ruta de ingreso vía aérea para las exportaciones ecuatorianas con destino a Estados Unidos y el Aeropuerto internacional John F. Kennedy (JFK), este aeropuerto cuenta con acceso directo al metro y tren de la ciudad de New York.

Los puertos internacionales de Estados Unidos manejan el 75% de la carga internacional del país, los principales puertos por donde ingresa la carga ecuatoriana son: Puerto de Everglades localizado en la costa este cerca de Fort Lauderdale, Florida y Puerto de San Diego localizado en la costa oeste cerca de la Bahía de San Diego, California. (ProEcuador, 2017)

**Tabla 31.** Tiempo de transito vía marítima hacia Estados Unidos

TRANSPORTE VÍA MARÍTIMA DESDE ECUADOR HACIA ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (DÍAS DE TRÁNSITO)		
AGENCIA NAVIERA/ PRINCIPALES PUERTOS	EVERGLADES	SAN DIEGO
CMA-CGM	12	-
MEDITERRANEAN SHIPPING	14	-
HAPAG LLOYD	-	20
EVERGREEN	20	22
SEALAND	24	26

**Fuente:** Pro Ecuador

Elaborado: Stefanía Alarcón



**Figura 18.** Logística Ecuador

Fuente: Pro Ecuador

## 3.10 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

### 3.10.1 Producto



**Figura 19.** Presentación del producto  
**Fuente:** Mishky Huarmy

En la imagen se puede observar como es el producto desde la izquierda en su presentación de 245ml y la segunda de 125ml, donde el producto final está compuesto por la savia (miel) de agave, frasco, tapa y etiqueta.

En la etiqueta detalla la información nutricional en la parte posterior del envase, mientras que en la parte frontal de la etiqueta se detalla el nombre del producto, logo, cantidad contenida de producto en cada envase y nombre de la empresa.

#### 3.10.1.1 Características del producto

- a) La materia prima es el chaguarmishky, que es un líquido dulce que se extrae del penco maduro, dicha planta se encuentra en grandes cantidades en la sierra ecuatoriana, que contiene muchas propiedades medicinales.
- b) Este producto está elaborado artesanalmente, bajo estrictos controles de calidad para seleccionar el chaguarmishky perfecto para tener un excelente producto final.

- c) Para obtener la materia prima es indispensable realizar la correcta extracción del misque del penco para no dañar el ecosistema, además teniendo en cuenta que solo se debe extraer de los pencos maduros.
- d) El proceso productivo que se utiliza para la elaboración de la miel es a bajas temperaturas para conservar los nutrientes del penco, con temperatura máxima de 65°C.
- e) La elaboración de la miel de penco está impulsando el trabajo de las mujeres de las diferentes comunidades situadas alrededor del cantón Cayambe.
- f) Los componentes del producto terminado es agua, sodio, calcio, fosforo, zinc, potasio, vitamina C, magnesio y hierro.

### **3.10.1.2 Proceso Productivo**

Según la administradora de la empresa Mishky Huarmy el proceso para la producción de la Savia de Agave concentrada a baja Temperatura es la siguiente:

1. Encendido de las evaporadoras
2. Recepción de la materia prima
  - Tamizado y cuantificación en litros
  - Se filtra la savia de agave en un cedazo de acero inoxidable.
  - Se pone en un balde y mide la cantidad de savia en litros.
3. Toma de datos
  - Medición del nivel de azúcar (grados brix)
  - Medición de la acidez
  - Registro del color
4. Se determina si la materia prima se acepta o no
5. Registro temperatura evaporadora (45° mínimo)

6. Se pone la savia de agave en las evaporadoras
7. Tomamos la temperatura cada 10 minutos hasta que la temperatura sea de 65°.
8. Bajamos la temperatura y de ahí en adelante vamos a procurar que la evaporación no supere los 65°. Registramos las temperaturas cada 30 minutos.
9. Al llegar a un punto de concentración del nivel de dulce, ponemos los frascos a esterilizar.
10. Se espera entre 1 hora a 30 minutos para llegar al nivel de concentración, siempre cuidando que la temperatura no supere los 65°
11. Ponemos los frascos con las tapas hervidos en un recipiente en el agua en que hirvieron y los ubicamos junto a la llave de la evaporadora.
12. Envasamos la miel. Vamos ubicando los frascos en orden.
13. Numeramos los frascos y los ubicamos en un lugar para que se enfríen.
14. Lavamos la evaporadora con el agua caliente usada para los frascos.

### 3.10.1.3 Ficha del producto

**Tabla 32.** Ficha de Savia de Agave 125 ml

<b>SAVIA (MIEL) DE AGAVE 125ML</b>		
<b>Nombre de la empresa:</b> MISHKY HUARMY		
<b>Dirección:</b> Hacienda Guachalá, Cayambe- Provincia de Pichincha		
<b>Ciudad:</b> Cayambe		
<b>Contacto:</b> Sra. Gabriela Bonifaz		
<b>Teléfono:</b> 593998146681		
<b>E-mail:</b> <a href="mailto:mishkyhuarmy@gmail.com">mishkyhuarmy@gmail.com</a>		
<b>Sitio Web:</b> <a href="http://www.mishkyhuarmy.com">www.mishkyhuarmy.com</a>		
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>	Savia de agave	
<b>FOTOGRAFÍA</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	
	<b>Materia prima</b>	Penco
	<b>Insumos</b>	Chaguarmishky.
	<b>Color</b>	Café
	<b>Medidas</b>	125ml H=12cm de alto, A=4,5 cm
<b>Cantidad producción mensual</b>	353 de 125ml	
<b>Precios referenciales</b>	\$8,33	
<b>Clasificación arancelaria</b>	1702.60.00.00	

**Fuente:** Entrevista a Administradora de la empresa

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

**Tabla 33.** Ficha de Savia de Agave 245 ml

<b>SAVIA (MIEL) DE AGAVE 245 ML</b>		
<b>Nombre de la empresa:</b> MISHKY HUARMY		
<b>Dirección:</b> Hacienda Guachalá, Cayambe- Provincia de Pichincha		
<b>Ciudad:</b> Cayambe		
<b>Contacto:</b> Sra. Gabriela Bonifaz		
<b>Teléfono:</b> 593998146681		
<b>E-mail:</b> <a href="mailto:mishkyhuarmy@gmail.com">mishkyhuarmy@gmail.com</a>		
<b>Sitio Web:</b> <a href="http://www.mishkyhuarmy.com">www.mishkyhuarmy.com</a>		
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>	Savia de agave	
<b>FOTOGRAFÍA</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	
	<b>Materia prima</b>	Penco
	<b>Insumos</b>	Chaguarmishky.
	<b>Color</b>	Café
	<b>Medidas</b>	245 ml= H=11cm de alto, A=6 cm
<b>Cantidad producción mensual</b>	220 de 245ml	
<b>Precios referenciales</b>	\$11,92	
<b>Clasificación arancelaria</b>	1702.60.00.00	

**Fuente:** Entrevista a Administradora de la empresa

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

### 3.10.1.4 Envase, Empaque y Embalaje

En relación al envase del producto se puede decir que su presentación es en frascos de vidrio, a través del proceso de envasado al vacío y de esa manera conservar los nutrientes de la miel. Además, que permite la visibilidad del contenido. Sirven para contener una gran variedad de productos como bebidas, alimentos, cosmética, farmacéutica, entre otros. Ofrecen mayor resistencia y protección al producto, son de fácil reciclabilidad y permiten la visibilidad del contenido además de ser reutilizables. (Siicex, 2016)

La normativa relativa al etiquetado dice que los productos importados deben tener una etiqueta que mencione su país de origen y debe estar escrito en inglés. Dependiendo del producto, aplican especificaciones particulares. Los productos alimentarios deben nombrar todos los ingredientes que contienen en el orden siguiente: de mayor a menor prevalencia. Además, se debe listar toda la información nutricional del producto. (Banco Santander, 2018)

**Tabla 34.** Requerimientos para el etiquetado

<b>REQUERIMIENTOS DE ESTADOS UNIDOS PARA EL ETIQUETADO</b>	
<b>FDA</b>	<b>OTROS ASPECTOS</b>
<u>Denominación comercial del producto</u> Nombre <u>Contenido neto</u> cantidad total <u>Lista de ingredientes</u> del producto.	<u>Código de barras</u> (Universal Product Code - UPC): El código de barras aceptado en los Estados Unidos tiene única y exclusivamente un propósito comercial.
<u>Información nutricional</u> <u>Otras indicaciones</u> cualquier sustancia adicional.	<u>Fecha de vencimiento</u> : Es una norma sujeta a las decisiones de cada Estado
<u>Nombre y dirección de la persona responsable</u> <u>Lugar de origen</u> <u>Idiomas necesarios</u>	<u>Instrucciones de uso</u> : Más que una consideración legal, el modo de empleo o instrucciones de uso sirve para darle la confianza al consumidor

Fuente: <https://www.fda.gov/Food/default.htm>

Elaborado por: Stefanía Alarcón



**Figura 20.** Etiqueta de la Savia de Agave

**Fuente:** Mishky Huarmy

Para el embalaje se ha decidido hacer en cajas de cartón, esto es con el fin de evitar los golpes añadiendo en la parte interior el conocido plástico de burbujas, así se asegura que el producto llegue en buen estado a su lugar de destino.

La caja de cartón se utiliza para evitar daños en el transporte, según los requerimientos para ingresar a Estados Unidos, la pared interior de la caja debe estar elaborada con materiales resistentes como cera o polietileno, de igual manera el adhesivo para sellar la caja debe ser resistente a las condiciones climáticas.

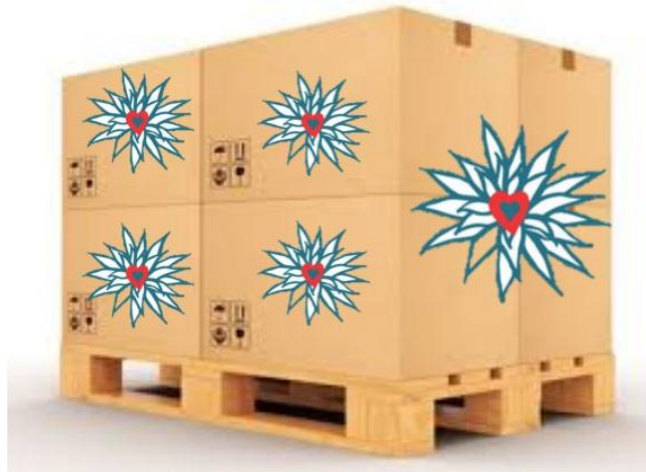
En la presentación de 125ml, entran 24 frascos en una caja de cartón con las medidas 58cmx40cmx14cm, por otro lado, en la presentación de 245ml ingresan 24 frascos en una caja de cartón con las medidas 58cmx58cmx13cm



**Figura 21.** Presentación del empaque.

Elaborado: Stefania Alarcón

El pallet es una base que se coloca en la parte inferior que es elaborada con madera para resistir el peso de la carga, según los requerimientos para ingresar a Estados Unidos se recomienda el uso de pallets con medidas de 120x100x150cm



**Figura 22.** Paletizado de cajas.

Elaborado: Stefania Alarcón

Para este caso se realiza la paletización total de los paquetes, tanto para la presentación de 125 ml como para la de 245 ml, donde por cada presentación ingresan 24 cajas y de esta manera ocupa el 76% del pallet.

Paletas	Carga del embalaje
	<p>Cantidad de paletas en el contenedor: 1 paquetes</p> <p>On the pallet:            Carga <b>Cargo1</b> - 24 paquetes            Carga <b>Cargo2</b> - 24 paquetes</p> <p><b>Cargo volume:</b> 1.83 m<sup>3</sup>            (76% pallet volume)</p> <p><b>Cargo weight:</b> 213.12 kg.            (28% pallet payload)</p> <p><a href="#">Muestre la carga de la paleta por bloques</a>  <a href="#">Muestre la carga de la paleta paso a paso</a></p>

**Figura 23.** Paletizado Total.

Elaborado: Stefanía Alarcón

### 3.10.2 Precio

La savia de agave o mejor conocida conocido como miel o jarabe de agave en Estados Unidos tiene gran aceptación dentro de este mercado, investigando a través de los portales de las páginas web como Walmart, Iherb, World Market y Amazon se puede observar los productos similares que están a la venta producidos generalmente en México, estos precios varían entre \$20 a \$25 depende la marca y el lugar donde se los vende.

Se realizó el respectivo estudio financiero donde se determinó el precio unitario, además se toma en cuenta los precios referenciales de productos ya establecidos en el mercado estadounidense, se acuerda el precio en la presentación de 125ml a \$9 y la presentación de 245 ml a \$12 bajo el incoterms FCA.

**Tabla 35.** Precio de Exportación

<b>PRECIO DE EXPORTACIÓN</b>								
	<b>COSTO DE Pro. Mensual</b>	<b>CANTIDAD Mensual</b>	<b>COSTO Unitario</b>	<b>GASTO Unitario</b>	<b>COSTO T. Unit.</b>	<b>UTILIDAD 25%</b>	<b>PRECIO DE EXPORTACIÓN</b>	
<b>SAVIA DE AGAVE 125ML</b>	1051,73	353,00	2,98	3,69	6,67	1,67	8,33	
<b>SAVIA DE AGAVE 245ML</b>	937,89	220,00	4,26	5,27	9,54	2,38	11,92	

Elaborado: Stefania Alarcón

### 3.10.3 Plaza

La savia de agave al ser un producto natural, orgánico que hace las veces de endulzante natural y que gracias a su bajo índice glucémico es apto para personas diabéticas, sus innumerables vitaminas, por todo lo antes mencionado llama la atención del consumidor además que actualmente es la tendencia el consumo de productos que benefician la salud del consumidor.

El consumidor estadounidense siempre está en la búsqueda de productos que contribuyan a cuidar o mejorar su salud, es por esta razón que este producto que se está ofreciendo es de gran acogida por el público, este producto va dirigido a la clase media y alta debido a su mayor poder adquisitivo.

Según (Gedesco, 2016) la mejor zona para exportar en la actualidad es Miami, ubicada en el estado de Florida esto se debe a que sus habitantes son hispanos y los vínculos culturales y económicos, además la mayoría de las empresas extranjeras están ubicadas en esta ciudad; además cabe recalcar que la miel de agave ingresa con 0% de arancel, bajo el Sistema Generalizado de preferencias (SGP), lo que beneficia a las exportaciones Ecuatorianas de productos naturales y orgánicos.

Para comercializar este producto es necesario determinar el canal de distribución apropiado para que de esta manera el producto llegue al consumidor final, para este caso la empresa Mishky Huarmy utilizará el canal de distribución indirecta.



**Figura 24.** Canal de Distribución.

Elaborado: Stefania Alarcón

### 3.10.3.1 Supermercados

Debido a la naturaleza del producto que es un alimento el mercado ideal para su expendio son los supermercados, en esta zona de Estados Unidos se habla en gran cantidad la lengua hispana, por tal razón la población latinoamericana tiene gran presencia en este sector además se encuentran establecidas grandes empresas.

**Tabla 36.** Supermercados en Miami

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PAGINA WEB
Sabor Tropical Supermarket	8000 NE 5th Ave, Miami, FL 33138, EE. UU.	+1 305-751-9124	<a href="http://www.sabortropical.net/">www.sabortropical.net/</a>
Presidente Supermarket	1895 SW 8th St, Miami, FL 33135, EE. UU.	+1 305-541-0024	<a href="http://presidentesupermarkets.com/">http://presidentesupermarkets.com/</a>
Meridian Food Market	812 6th St Miami Beach, FL 33139 Estados Unidos	+1-305-673-8509	<a href="http://meridianmiamibeach.com">meridianmiamibeach.com</a>
Jonathas Fresh Market	860 Ocean Dr Miami Beach, FL 33139 Estados Unidos	+1-305-397 8600	<a href="http://jonathansfreshmarket.com">jonathansfreshmarket.com</a>
Sedano's Supermarket	3801 W Flagler St, Miami, FL 33134, EE. UU.	+1 786-502-3420	<a href="http://sedanos.com/">http://sedanos.com/</a>

Elaborado: Stefania Alarcón

De acuerdo a la entrevista realizada al posible cliente que en este caso fue el administrador del supermercado Jonathas Fresh Market, se determinó que el transporte internacional a utilizar es aéreo, con el fin de optimizar tiempos de entrega. (ver anexo 3)

### 3.10.4 Promoción y publicidad

En Estados Unidos existen ferias para cada sector, donde les permite promocionar e impulsar los productos o servicios que ofrecen, en este caso para este tipo de producto se puede asistir a las siguientes ferias:

**Tabla 37.** Ferias de alimentos en Estados Unidos

<b>FERIAS</b>	<b>CIUDAD</b>
AMERICAS FOOD & BEVERAGE SHOW: Feria y Conferencia de Alimentos y Bebidas de las Américas.	Miami- Estados Unidos
NATURAL PRODUCTS EXPO EAST: Feria de Alimentos Naturales y Orgánicos	Washington - Estados Unidos
BIOFACH AMERICA - All Things Organic: Feria de Productos Orgánicos y Conferencia	Washington - Estados Unidos
WINTER FANCY FOOD SHOW : Delikatessen , Alimentos Naturales, Kosher y Servicios	San Francisco - Estados Unidos

Fuente: <http://www.feriasalimentarias.com>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

## 3.11 PROPUESTA DE EXPORTACIÓN

### 3.11.1 Requisitos y trámites

Los requerimientos para exportar cualquier producto a Estados Unidos van a variar dependiendo si ingresa la mercadería por vía aérea o vía marítima si es por esta última es necesario obtener el documento ISF (Importer Security Filing) que debe ser aprobado 24 horas antes de que se cargue al barco.

Según (Ecamcham, 2017) para la exportación a Estados Unidos los requerimientos son los siguientes:

- a) El producto debe tener un etiquetado que señale el país de origen del producto.
- b) Manifiesto de ingreso de mercancías
- b) Permiso especial para la entrada inmediata
- c) Certificado de origen
- d) Prueba del derecho de entrada
- e) Factura comercial
- f) Lista de empaque
- h) El nombre del fabricante o el nombre o identificación de registro emitido por la Federal Trade Commission.
- i) Documento CITES
- j) Los alimentos procesados serán de menor complejidad, pero es necesario que la planta que produce el alimento cuente con determinadas certificaciones y el producto cuente con el registro ante la FDA (similar a nuestro registro sanitario)

### **3.11.2 Tramitación de la exportación**

Para la exportación de cualquier producto es necesario que seguir los mismos pasos, ya sea persona natural o jurídica:

- a) Contar con el registro único de contribuyentes (RUC)
- b) Obtener el certificado de firma digital, para poder acceder al Ecuapass y a la ventanilla única ecuatoriana, las entidades que lo están emitiendo es el Banco central y en Security Data.

- c) Registrarse como exportador en el portal de Ecuapass
- d) Como recomendación negociar la exportación en relación a los Incoterms, para determinar así las obligaciones y derechos tanto del comprador y vendedor.
- e) Factura comercial
- f) Certificado de Origen
- g) Documento de transporte

### **3.11.3 Exigencias del cliente de Estados Unidos**

Para que ingrese un producto a Estados Unidos es obligatorio cierta documentación, sin embargo, el cliente puede exigir ciertos documentos como:

- a) Pólizas de seguro
- b) Certificados de buenas prácticas de manufacturas
- c) Otros certificados que dependerán de las características del producto.

Para el caso de la exportación de savia de agave (miel), los documentos requeridos son:

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Declaración aduanera de exportación (DAE)
- Certificado de origen
- Certificado Sanitario

### **3.11.4 Etapa de Pre-embarque**

Para iniciar el proceso de exportación es necesario que en el Ecuapass se haga la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE), debe ser acompañada de una factura y la documentación antes del embarque.

Según (ProEcuador, 2017) los primeros datos que se consignaran en la DAE son:

- a) Del exportador o declarante
- b) Descripción de mercancía por ítem de factura
- c) Datos del consignatario
- d) Destino de la carga
- e) Cantidades
- f) Peso
- g) Demás datos relativos a la mercancía

Documentos que acompañen a la DAE



**Figura 25.** Documentos que acompañan a la DAE.

Fuente: ProEcuador

### 3.11.5 Etapa de Post-embarque

Usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENA E y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40). Para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque (ProEcuador, 2017)



**Figura 26.** Documentos Post-Embarque.

Fuente: Stefanía Alarcón

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS FINANCIERO

#### 4.1 DATOS DE ENTRADA

En este capítulo se analizará todo el sistema financiero en el que se desenvolverá la “**Empresa Mishky Huarmy**”. Se presentará dos paneles de análisis y de estudio donde el proyecto se encuentra financiado y el otro sin financiar.

Dentro de los Datos de Entrada tenemos lo siguiente:

##### a) PRODUCCIÓN

Se piensa producir 353 unidades de Savia (miel) de agave de 125 ml mensuales y anualmente 4236, en cuanto a la producción de la Savia (miel) de agave de 245 ml serán 220 unidades mensuales y 2640 unidades anuales.

##### b) INVERSIÓN

La empresa contará con una Inversión Inicial de 16491,95 dólares americanos.

##### c) UTILIDAD

La empresa pretende contar con una margen de utilidad del 25% para ambos productos.

##### d) FINANCIAMIENTO

Se financiará con el 65% del monto total de la inversión y el 35% será parte de Capital social de la empresa.

El préstamo se financiará con el Banco BanEcuador con una tasa del 10.12%.

Para el presupuesto de ventas y costos se toma en cuenta el crecimiento del mercado ponderado, brindado por datos históricos del estudio de mercado el cual es de 8% y con una tasa de inflación del 1,67%.

Para la proyección de unidades de ventas por año, se lo realiza en base al incremento de la tendencia del mercado, por otro lado, para el incremento en las proyecciones de los años se tomó como referencia la inflación.

Para la proyección del incremento por año de los sueldos se tomó como referencia el incremento salarial.

## 4.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL

### 4.2.1 Resumen de la inversión inicial

**Tabla 38.** Inversión inicial

<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Inversión Fija	12041,06
Inversión Variable	4450,89
Capital de trabajo	4450,89
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>16491,95</b>

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

#### 4.2.1.1 Inversión fija

**Tabla 39.** Inversión fija

<b>ACTIVOS</b>	<b>MONTO</b>
Remodelación	6100,00
Muebles y Enseres	640,00
Equipos de Cómputo	865,98
Equipos de Oficina	205,58
Maquinaria	4229,50
<b>TOTAL</b>	<b>12041,06</b>

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

#### 4.2.1.2 Inversión variable

##### a) Capital de trabajo

**Tabla 40.**Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR</b>
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Costos de Producción	1989,62	23875,42
Gastos Administrativos	2017,27	24207,20
Gastos de Exportación	444,01	5328,12
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>4450,89</b>	<b>53410,74</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### 4.3 DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL

##### 4.3.1 Detalle de la inversión fija

**Tabla 41.** Detalles inversión fija

<b>INVERSIÓN FIJA</b>			
<b>ACTIVOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>REMODELACIÓN</b>			
Área Administrativa 16m2	16	150,00	2400,00
Área de Producción 20m2	20	185,00	3700,00
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>6100,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Estación de oficina	2	200,00	400,00
Sillas giratorias	2	55,00	110,00
Sillas visitantes	2	25,00	50,00
Archivadores	1	80,00	80,00
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>640,00</b>

### EQUIPO DE COMPUTACION

Computadoras	2	345,00	690,00
Impresoras	1	155,00	155,00
Reguladores de voltaje	2	10,49	20,98
<b>SUB TOTAL</b>			<b>865,98</b>

### EQUIPO DE OFICINA

Teléfono	2	15,00	30,00
Calculadora	2	4,70	9,40
Carpeta archivadoras	2	2,20	4,40
Grapadora	1	5,28	5,28
Perforadora	1	6,50	6,50
Línea Telefónica	1	150,00	150,00
<b>SUB TOTAL</b>			<b>205,58</b>

### MAQUINARIA

Extractor de miel	1	1500,00	1500,00
Etiquetadora	1	2550,00	2550,00
Balanza Digital	1	60,00	60,00
Vara Medidoras PH	10	10,00	100,00
Baldes Plásticos	1	19,50	19,50
<b>SUB TOTAL</b>			<b>4229,50</b>
<b>TOTAL</b>			<b>12041,06</b>

**Elaborado por:** Stefania Alarcón

**Nota:** La maquinaria que se adquirirá es necesaria para la elaboración de la savia (miel) de agave, aclarando que no se va a perder la esencia artesanal, se requiere esta maquinaria para agilizar los procesos y aumentar la producción diaria, mensual y anual para poder cubrir la demanda de los mercados internacionales.

### 4.3.2 Detalle de la inversión variable / capital de trabajo

#### 4.3.2.1 Costos de producción

##### a) Envase de 125 ml

**Tabla 42.** Costos de producción individuales 125ml

SAVIA DE AGAVE 125ML					
DETALLE	c/u	COSTOS	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	ANUAL
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>		0,94	353	331,82	3981,84
Misque	0,94				
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		0,67	353	236,51	2838,12
Operarios	0,67				
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>		1,37	353	483,40	5800,77
Frascos con tapa	0,34				
Etiquetado	0,05				
Etiquetas	0,08				
Jefe de Producción	0,84				
Agua	0,03				
Luz	0,03				
<b>COSTOS DE PRODUCCION POR UNIDAD</b>					<b>2,98</b>
<b>TOTAL COSTO DE MIEL DE 125ML</b>				<b>1051,73</b>	<b>12620,73</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

##### b) Miel de 245ml

**Tabla 43.** Costos de producción individuales 245 ml

SAVIA DE AGAVE 245ML					
DETALLE	c/u	COSTOS	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	ANUAL
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>		1,84	220	404,80	4857,60
Misque	1,84				
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		1,31	220	288,20	3458,40
Operarios	1,31				
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>		1,11	220	244,89	2938,68
Frascos con tapa	0,37				

Etiquetado	0,1	
Etiquetas	0,06	
Jefe de Producción	0,52	
Agua	0,03	
Luz	0,03	
<b>COSTOS DE PRODUCCION POR UNIDAD</b>	<b>4,26</b>	
<b>TOTAL COSTO DE MIEL DE 245ML</b>		<b>937,89 11254,68</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### 4.3.2.2 Resumen de producción de las Artesanías

**Tabla 44.** Resumen de producción de las Artesanías

<b>RESUMEN DE LA PRODUCCIÓN DE LA MIEL</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
SAVIA DE AGAVE 125ML	1051,73	12620,73
SAVIA DE AGAVE 245 ML	937,89	11254,68
<b>TOTAL PRODUCCION ARTESANÍAS</b>	<b>1989,62</b>	<b>23875,42</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### 4.3.3 Detalles del gasto administrativo

##### 4.3.3.1 Gastos administrativos

**Tabla 45.** Gastos Administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Agua	10,00	<b>120,00</b>
Energía Eléctrica	25,00	<b>300,00</b>
Teléfono	30,00	<b>360,00</b>
Internet	21,00	<b>252,00</b>
Suministro de oficina	75,50	<b>906,00</b>
Sueldos	1810,77	<b>21729,20</b>
Implementos de limpieza	45,00	<b>540,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2017,27</b>	<b>24207,20</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### 4.3.3.2 Detalle del sueldo del personal

**Tabla 46.** Sueldo del personal

<b>PERSONAL</b>	<b>MENSUAL</b>
Vendedor	780,73
Jefe de Comercio Exterior	1030,03
<b>TOTAL SUELDO</b>	<b>1810,77</b>

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

**Nota:** En la tabla detallada anteriormente, se puede observar que ese es el personal administrativo que se requiere contratar cuando se realice la remodelación, cada puesto es importante para el adecuado funcionamiento de la empresa. Para determinar los futuros sueldos se hace los cálculos en base al Anexo CS19 que corresponden a los salarios mínimos sectoriales.

#### 4.3.3.3 Sueldos y Salarios

**Tabla 47.**Rol de pagos 1er año

Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total ingresos (mensual)	Total ingresos (anual)
Vendedor	600	56,70	543,30		72,90	50,00	32,83	25,00	780,73	9368,80
Jefe de Comercio exterior	800	75,60	724,40		97,20	66,67	32,83	33,33	1030,03	12360,40
Jefe de Producción	600	56,70	543,30		72,90	50,00	32,83	25,00	780,73	9368,80
Operarios	394	37,23	356,76		47,87	32,83	32,83	16,42	523,95	6287,45
<b>Remuneración mensual</b>	<b>3739</b>	<b>226,23</b>	<b>2167,77</b>		<b>290,87</b>	<b>199,50</b>	<b>131,33</b>	<b>99,75</b>	<b>3115,45</b>	<b>37385,45</b>
<b>Remuneración anual</b>	<b>44868</b>	<b>2714,80</b>	<b>26013,20</b>		<b>3490,45</b>	<b>2394,00</b>	<b>1576,00</b>	<b>1197,00</b>	<b>37385,45</b>	<b>448625,42</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

**Tabla 48.**Rol de pagos 2do año

Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total ingresos (mensual)	Total ingresos (anual)
Vendedor	616,80	58,29	558,51	51,38	74,94	51,40	33,75	25,70	853,97	10247,68
Jefe de Comercio exterior	822,40	77,72	744,68	68,51	99,92	68,53	33,75	34,27	1127,38	13528,56
Jefe de Producción	616,80	58,29	558,51	51,38	74,94	51,40	33,75	25,70	853,97	10247,68
Operarios	405,03	38,28	366,76	33,74	49,21	33,75	33,75	16,88	572,36	6868,37
<b>Remuneración mensual</b>	<b>2461,032</b>	<b>232,57</b>	<b>2228,46</b>	<b>205,00</b>	<b>299,02</b>	<b>205,09</b>	<b>135,01</b>	<b>102,54</b>	<b>3407,69</b>	<b>40892,29</b>
<b>Remuneración anual</b>	<b>29532,38</b>	<b>2790,81</b>	<b>26741,57</b>	<b>2460,05</b>	<b>3588,19</b>	<b>2461,03</b>	<b>1620,13</b>	<b>1230,52</b>	<b>40892,29</b>	<b>490707,51</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

**Tabla 49.**Rol de pagos 3er año

Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total ingresos (mensual)	Total ingresos (anual)
Vendedor	631,60	59,69	571,92	52,61	76,74	52,63	34,56	26,32	874,47	10493,62
Jefe de Comercio exterior	842,14	79,58	762,56	70,15	102,32	70,18	34,56	35,09	1154,44	13853,25
Jefe de Producción	631,60	59,69	571,92	52,61	76,74	52,63	34,56	26,32	874,47	10493,62
Operarios	414,75	39,19	375,56	34,55	50,39	34,56	34,56	17,28	586,10	7033,21
<b>Remuneración mensual</b>	<b>2520,10</b>	<b>238,15</b>	<b>2281,95</b>	<b>209,92</b>	<b>306,19</b>	<b>210,01</b>	<b>138,25</b>	<b>105,00</b>	<b>3489,48</b>	<b>41873,71</b>
<b>Remuneración anual</b>	<b>30241,16</b>	<b>2857,79</b>	<b>27383,37</b>	<b>2519,09</b>	<b>3674,30</b>	<b>2520,10</b>	<b>1659,01</b>	<b>1260,05</b>	<b>41873,71</b>	<b>502484,49</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

**Tabla 50.**Rol de pagos 4to año

Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total ingresos (mensual)	Total ingresos (anual)
Vendedor	647,39	61,18	586,21	53,93	78,66	53,95	35,43	26,97	896,33	10755,96
Jefe de Comercio exterior	863,19	81,57	781,62	71,90	104,88	71,93	35,43	35,97	1183,30	14199,58
Jefe de Producción	647,39	61,18	586,21	53,93	78,66	53,95	35,43	26,97	896,33	10755,96
Operarios	425,12	40,17	384,95	35,41	51,65	35,43	35,43	17,71	600,75	7209,04
<b>Remuneración mensual</b>	<b>2583,10</b>	<b>244,10</b>	<b>2339,00</b>	<b>215,17</b>	<b>313,85</b>	<b>215,26</b>	<b>141,71</b>	<b>107,63</b>	<b>3576,71</b>	<b>42920,55</b>
<b>Remuneración anual</b>	<b>30997,19</b>	<b>2929,23</b>	<b>28067,96</b>	<b>2582,07</b>	<b>3766,16</b>	<b>2583,10</b>	<b>1700,49</b>	<b>1291,55</b>	<b>42920,55</b>	<b>515046,60</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

**Tabla 51.** Rol de pagos 5to año

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aporte IESS 9,45%</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Fondo de reserva</b>	<b>Aporte Patronal 12,15%</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Total ingresos (mensual)</b>	<b>Total ingresos (anual)</b>
Vendedor	662,93	62,65	600,28	55,22	80,55	55,24	36,28	27,62	917,84	11014,11
Jefe de Comercio exterior	883,91	83,53	800,38	73,63	107,39	73,66	36,28	36,83	1211,70	14540,37
Jefe de Producción	662,93	62,65	600,28	55,22	80,55	55,24	36,28	27,62	917,84	11014,11
Operarios	435,32	41,14	394,19	36,26	52,89	36,28	36,28	18,14	615,17	7382,06
<b>Remuneración mensual</b>	<b>2645,09</b>	<b>249,96</b>	<b>2395,13</b>	<b>220,34</b>	<b>321,38</b>	<b>220,42</b>	<b>145,11</b>	<b>110,21</b>	<b>3662,55</b>	<b>43950,64</b>
<b>Remuneración anual</b>	<b>31741,12</b>	<b>2999,54</b>	<b>28741,59</b>	<b>2644,04</b>	<b>3856,55</b>	<b>2645,09</b>	<b>1741,30</b>	<b>1322,55</b>	<b>43950,64</b>	<b>527407,72</b>

**Elaborado por:** Stefania Alarcón

#### 4.3.4 Detalles de los gastos de exportación

##### 4.3.4.1 Gastos de exportación

**Tabla 52.** Gastos de exportación

<b>GASTOS DE EXPORTACIÓN</b>											
<b>SAVIA DE AGAVE 125 ML</b>					<b>SAVIA DE AGAVE 245 ML</b>						
	<b>COSTO</b>	<b>CANT.</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>COSTO</b>	<b>CANT.</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>GASTOS EXPOR.</b>	<b>GASTO ANUAL</b>	
<b>Precio de Venta</b>	2,98	353	1051,73	12620,73	4,26	220	937,89	11254,68	1989,62	23875,42	
Certificado de Origen	5,00	1	5,00	60,00	5,00	1	5,00	60,00	10,00	120,00	
Certificado Sanitario	2,43	1	2,43	29,16	2,43	1	2,43	29,16	4,86	58,32	
Empaque y Embalaje de exportación	0,75	24	18,00	216,00	0,90	24	21,60	259,20	39,60	475,20	
Rótulos de exportación	0,50	24	12,00	144,00	0,50	24	12,00	144,00	24,00	288,00	
Token	1,28	1	1,28	15,36	0,79	1	0,79	9,48	2,07	24,84	
<b>EX WORKS:</b>			<b>1090,44</b>	<b>13085,25</b>			<b>979,71</b>	<b>11756,524</b>	<b>80,53</b>	<b>966,36</b>	
Transporte interno Cayambe-Quito	40,00	1	40,00	480,00	40,00	1	40,00	480,00	80,00	960,00	
Guía transporte aéreo	27,50	1	27,50	330,00	27,50	1	27,50	330,00	55,00	660,00	
Agente afianzado de aduana	110,32	1	110,32	1323,84	110,32	1	110,32	1323,84	220,64	2647,68	
Tasa de almacenaje	3,92	1	3,92	47,04	3,92	1	3,92	47,04	7,84	94,08	
<b>FCA</b>			<b>1268,26</b>	<b>15219,09</b>			<b>1157,53</b>	<b>13890,36</b>	<b>444,01</b>	<b>5328,12</b>	

Elaborado por: Stefanía Alarcón

## 4.4 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN

### 4.4.1 Determinación del gasto unitario

**Tabla 53.** Determinación del gasto unitario

DETERMINACIÓN GASTO UNITARIO	
	TOTAL MENSUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2017,27
GASTOS DE EXPORTACIÓN	444,01
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>2461,28</b>
Unidades producidas mensual	573,00
<b>GASTO POR SAVIA DE AGAVE 125ML</b>	<b>3,69</b>
<b>GASTO POR SAVIA DE AGAVE 245ML</b>	<b>5,27</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

### 4.4.2 Determinación del precio unitario

**Tabla 54.** Determinación del precio unitario

DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO							
	COSTO DE Pro. Mensual	CANTIDAD Mensual	COSTO Unitario	GASTO Unitario	COSTO T. Unit.	UTILIDAD 25%	PRECIO DE EXPORTACIÓN
SAVIA DE AGAVE 125ML	1051,73	353,00	2,98	3,69	6,67	1,67	8,33
SAVIA DE AGAVE 245ML	937,89	220,00	4,26	5,27	9,54	2,38	11,92

Elaborado por: Stefanía Alarcón

## 4.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

**Tabla 55.** Financiamiento del proyecto

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Propia	5772,18	35%
Inversión Financiada	10719,77	65%
<b>TOTAL</b>	<b>16491,95</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### 4.5.1 Datos financiamiento

**Tabla 56.** Datos financiamiento

DATOS DEL FINANCIAMIENTO	
<b>BANCO</b>	BanEcuador
<b>MONTO</b>	10719,77
<b>INTERES</b>	10,12%
<b>PLAZO</b>	12
<b>PERIODO</b>	TRIMESTRAL

Fuente: BanEcuador

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### 4.5.2 Amortización deuda

**Tabla 57.** Amortización

<b>BANCO</b>	BanEcuador	Cliente: Génesis Stefanía Alarcón Vega				
<b>VALOR</b>	10719,77					
<b>INTERES</b>	10,12%					
<b>PLAZO</b>	12 (3 años)					
<b>PERIODO</b>	TRIMESTRAL					
Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar	
1	10800,00	789,28	254,39	2,87	1046,54	
2	10010,72	807,87	235,80	2,66	1046,33	
3	9202,85	826,90	216,77	2,45	1046,12	
4	8375,95	846,38	197,29	2,23	1045,90	
<b>AÑO 1</b>	<b>\$38.389,52</b>	<b>\$ 3.270,43</b>	<b>\$ 904,25</b>	<b>\$ 10,21</b>	<b>\$ 4.184,89</b>	
5	7529,58	866,31	177,36	2,00	1045,67	
6	6663,27	886,72	156,95	1,77	1045,44	
7	5776,55	907,60	136,06	1,54	1045,21	
8	4868,94	929,98	114,69	1,30	1044,96	
<b>AÑO 2</b>	<b>\$ 24.838,34</b>	<b>\$ 3.590,61</b>	<b>\$ 585,06</b>	<b>\$ 6,61</b>	<b>\$ 4.181,28</b>	
9	3939,96	950,86	92,80	1,05	1044,72	
10	2989,10	973,26	70,41	0,80	1044,46	
11	2015,84	996,19	47,48	0,54	1044,20	
12	1019,65	1019,65	24,02	0,27	1043,94	
<b>AÑO 3</b>	<b>\$ 9.964,55</b>	<b>\$ 3.939,96</b>	<b>\$ 234,71</b>	<b>\$ 2,66</b>	<b>\$ 4.177,32</b>	

Fuente: BanEcuador

Elaborado por: Stefanía Alarcón

## 4.6 DETERMINACIÓN COSTO CAPITAL

Tabla 58. Determinación costo capital

DETERMINACIÓN COSTOS DE CAPITAL			
ESTRUCTURA	PORCENTAJE	TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO	PONDERACIÓN
Inversión Propia	35%	0,0600	0,021
Inversión Financiada	65%	0,1012	0,06578
<b>TOTAL</b>			<b>0,08678</b>
<b>EL COSTO DEL CAPITAL DE LA EMPRESA ES</b>			<b>8,68%</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

### 4.6.1 Determinación TRM

Tabla 59. Determinación TRM

TASA DE REDESCUENTO O TASA DE RENDIMIENTO MEDIO		
COSTO CAPITAL	INFLACIÓN	TRM
8,68%	1,67%	10,35%

Elaborado por: Stefanía Alarcón

## 4.7 CALCULO DE LA DEPRECIACIÓN

### 4.7.1 Depreciación

Tabla 60. Depreciación

DETERMINACIÓN DE LA DEPRECIACION			
CUENTA	VALOR	% DEPRECIACION	VALOR DE DEPRECIACION
Remodelación	6100,00	5%	305,00
Muebles y enseres	640,00	10%	64,00
Equipos de computación	865,98	33,33%	288,63
Equipos de oficina	205,58	10%	20,56

Maquinaria	4229,50	10%	422,95
<b>TOTAL</b>			<b>1101,14</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

## 4.8 DETERMINACIÓN DE PRESUPUESTOS

### 4.8.1 Presupuesto de ingresos (ventas)

#### 4.8.1.1 Savia de Agave 125 ml

*Tabla 61.* Savia de Agave 125 ml

Savia de Agave 125 ml			
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/UNIDADES	TOTAL \$
1	4236	8,33	35291,67
2	4575	8,47	38751,52
3	4941	8,61	42550,57
4	5336	8,76	46722,05
5	5763	8,90	51302,50
<b>TOTAL</b>			<b>214618,30</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

#### 4.8.1.2 Savia de Agave 245 ml

*Tabla 62.* Savia de Agave 245 ml

Savia de Agave 245 ml			
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/UNIDADES	TOTAL \$
1	2640	11,92	31471,75
2	2851	12,12	34557,12
3	3079	12,32	37944,96
4	3326	12,53	41664,93
5	3592	12,74	45749,59
<b>TOTAL</b>			<b>191388,36</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

#### 4.8.1.3 Resumen presupuesto de ventas

**Tabla 63.** Resumen presupuesto de ventas

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL \$</b>
SAVIA DE AGAVE 125ML	35291,67	38751,52	42550,57	46722,05	51302,50	<b>214618,30</b>
SAVIA DE AGAVE 245ML	31471,75	34557,12	37944,96	41664,93	45749,59	<b>191388,36</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>66763,42</b>	<b>73308,64</b>	<b>80495,52</b>	<b>88386,98</b>	<b>97052,09</b>	<b>406006,66</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

#### 4.8.2 Presupuesto de costos

##### 4.8.2.1 Savia de Agave 125 ml

**Tabla 64.** Savia de Agave 125 ml

<b>Savia de Agave 125 ml</b>			
<b>AÑO</b>	<b>Q UNIDADES</b>	<b>PRECIO/UNIDADES</b>	<b>TOTAL \$</b>
1	<b>4236</b>	2,98	12620,73
2	<b>4575</b>	3,03	13858,02
3	<b>4941</b>	3,08	15216,60
4	<b>5336</b>	3,13	16708,38
5	<b>5763</b>	3,18	18346,40
<b>TOTAL</b>			<b>76750,13</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

##### 4.8.2.2 Savia de Agave 245 ml

**Tabla 65.** Savia de Agave 245 ml

<b>Savia de Agave 245 ml</b>			
<b>AÑO</b>	<b>Q UNIDADES</b>	<b>PRECIO/UNIDADES</b>	<b>TOTAL \$</b>
1	<b>2640</b>	4,26	11254,68
2	<b>2851</b>	4,33	12358,05
3	<b>3079</b>	4,41	13569,58
4	<b>3326</b>	4,48	14899,89
5	<b>3592</b>	4,56	16360,61
<b>TOTAL</b>			<b>68442,82</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

#### 4.8.2.3 Resumen presupuestos de costos

**Tabla 66.** Resumen presupuesto de costos

<b>PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL \$</b>
SAVIA DE AGAVE 125ML	12620,73	13858,02	15216,60	16708,38	18346,40	<b>76750,13</b>
SAVIA DE AGAVE 245ML	11254,68	12358,05	13569,58	14899,89	16360,61	<b>68442,82</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>23875,42</b>	<b>26216,07</b>	<b>28786,18</b>	<b>31608,27</b>	<b>34707,01</b>	<b>145192,95</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### 4.8.3 Presupuesto de gastos

##### 4.8.3.1 Gastos Administrativos

**Tabla 67.** Presupuesto Gastos Administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Agua	120,00	122,00	124,04	126,11	128,22
Energía Eléctrica	300,00	305,01	310,10	315,28	320,55
Teléfono	360,00	366,01	372,12	378,34	384,66
Internet	252,00	256,21	260,49	264,84	269,26
Suministro de Oficina	906,00	921,13	936,51	952,15	968,05
Sueldos	21729,20	23776,24	24346,87	24955,54	25554,48
Implementos de limpieza	540,00	549,02	558,19	567,51	576,99
<b>TOTAL</b>	<b>24207,20</b>	<b>26295,62</b>	<b>26908,33</b>	<b>27559,78</b>	<b>28202,20</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

### 4.8.3.2 Gastos de Exportación

**Tabla 68.** Presupuesto Gastos Exportación

<b>GASTOS DE EXPORTACIÓN</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Precio de Venta</b>	23875,42	24274,14	24679,51	25091,66	25510,69
Certificado de Origen	120,00	122,00	124,04	126,11	128,22
Certificado Sanitario	58,32	59,29	60,28	61,29	62,31
Empaque y Embalaje de exportación	475,20	483,14	491,20	499,41	507,75
Rótulos de exportación	288,00	292,81	297,70	302,67	307,73
Token	24,84	25,25	25,68	26,11	26,54
<b>EX WORKS:</b>	<b>966,36</b>	<b>982,50</b>	<b>998,91</b>	<b>1015,59</b>	<b>1032,55</b>
Transporte interno					
Cayambe-Quito	960,00	976,03	992,33	1008,90	1025,75
Guía transporte aéreo	660,00	671,02	682,23	693,62	705,20
Agente afianzado de aduana	2647,68	2691,90	2736,85	2782,56	2829,03
Tasa de almacenaje	94,08	95,65	97,25	98,87	100,52
<b>FCA</b>	<b>5328,12</b>	<b>5417,10</b>	<b>5507,57</b>	<b>5599,54</b>	<b>5693,05</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

### 4.8.3.3 Depreciaciones

**Tabla 69.** Depreciaciones

<b>DEPRECIACIONES</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Remodelación	305,00	305,00	305,00	305,00	305,00
Muebles y Enseres	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
Equipo de Computación	288,63	288,63	288,63		
Equipo de Oficina	20,56	20,56	20,56	20,56	20,56
Maquinaria	422,95	422,95	422,95	422,95	422,95
<b>TOTAL</b>	<b>1101,14</b>	<b>1101,14</b>	<b>1101,14</b>	<b>812,51</b>	<b>812,51</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

#### 4.8.3.4 Total Presupuesto de Gastos

*Tabla 70.* Total Presupuesto de Gastos

<b>TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS</b>						
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
Gastos de Administración	24207,20	26295,62	26908,33	27559,78	28202,20	133173,13
Gastos de Exportación	5328,12	5417,10	5507,57	5599,54	5693,05	27545,38
Depreciación	1101,14	1101,14	1101,14	812,51	812,51	4928,43
<b>TOTAL</b>	<b>30636,46</b>	<b>32813,86</b>	<b>33517,03</b>	<b>33971,83</b>	<b>34707,76</b>	<b>165646,94</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

### 4. 9 ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIAMIENTO

#### 4.9.1 Estado de Resultados

*Tabla 71.* Estado Financiero con Financiamiento

<b>ESTADO DE RESULTADOS/FINANCIADO</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ingresos</b>					
<b>Ventas</b>					
Savia de agave 125 ml	35291,67	38751,52	42550,57	46722,05	51302,50
Savia de agave 245 ml	31471,75	34557,12	37944,96	41664,93	45749,59
<b>Total Ingresos</b>	<b>66763,42</b>	<b>73308,64</b>	<b>80495,52</b>	<b>88386,98</b>	<b>97052,09</b>
<b>(-) Costo de Ventas</b>					
Savia de agave 125 ml	12620,73	13858,02	15216,60	16708,38	18346,40
Savia de agave 245 ml	11254,68	12358,05	13569,58	14899,89	16360,61
<b>Total Costos</b>	<b>23875,42</b>	<b>26216,07</b>	<b>28786,18</b>	<b>31608,27</b>	<b>34707,01</b>
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>42888,00</b>	<b>47092,57</b>	<b>51709,34</b>	<b>56778,72</b>	<b>62345,07</b>
<b>(-) Gastos Operacionales</b>					
Gastos Administrativos	24207,2	26295,62	26908,33	27559,78	28202,20
Gasto de Exportación	5328,12	5417,10	5507,57	5599,54	5693,05
Depreciación	1101,14	1101,14	1101,14	812,51	812,51
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>30636,46</b>	<b>32813,86</b>	<b>33517,03</b>	<b>33971,83</b>	<b>34707,76</b>
<b>(=) Utilidad después de Operaciones</b>	<b>12251,54</b>	<b>14278,71</b>	<b>18192,31</b>	<b>22806,89</b>	<b>27637,31</b>
<b>(-) Gastos Financieros</b>					
<b>Intereses</b>	904,25	585,06	234,71	0	0

<b>(=) Utilidad antes de participación de trabajadores</b>	<b>11.347,29</b>	<b>13.693,65</b>	<b>17.957,60</b>	<b>22.806,89</b>	<b>27.637,31</b>
<b>(-) 15% Participación de Trabajadores</b>	1.702,09	2.054,05	2.693,64	3.421,03	4.145,60
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>9.645,20</b>	<b>11.639,60</b>	<b>15.263,96</b>	<b>19.385,86</b>	<b>23.491,72</b>
<b>(-) 25% Impuesto a la Renta</b>	2.411,30	2.909,90	3.815,99	4.846,46	5.872,93
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>7.233,90</b>	<b>8.729,70</b>	<b>11.447,97</b>	<b>14.539,39</b>	<b>17.618,79</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### 4.9.2 Presupuesto de Caja

**Tabla 72.** Flujo de Caja

<b>FLUJO DE CAJA</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	7.233,90	8.729,70	11.447,97	14.539,39	17.618,79
<b>(+) DEPRECIACION</b>	1101,14	1101,14	1101,14	812,51	812,51
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>8.335,04</b>	<b>9.830,84</b>	<b>12.549,11</b>	<b>15.351,90</b>	<b>18.431,30</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### 4.10 BALANCE INICIAL O DE ARRANQUE

Tabla 73. Balance Inicial

<b>BALANCE INICIAL</b>			
<b>EMPRESA MISHKY HUARMY</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b><u>ACTIVOS CORRIENTES</u></b>		<b><u>PASIVOS CORRIENTES</u></b>	
<i>Inversión Variable</i>	4450,89		
<b><u>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</u></b>	<b>4450,89</b>		
		<b><u>CORRIENTES</u></b>	
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>		<b><u>PASIVOS L. PLAZO</u></b>	
<i>Inversión Fija</i>		Préstamo Bancario	10719,77
Remodelación	6100,00	<b><u>TOTAL PASIVOS L. PLZ</u></b>	<b>10719,77</b>
Muebles y Enseres	640,00		
Equipos de Cómputo	865,98	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>10719,77</b>
Equipos de Oficina	205,58		
Maquinaria	4229,50		
<b><u>TOTAL ACTIVOS FIJOS</u></b>	<b>12041,06</b>		
		<b>PATRIMONIO</b>	
		Capital Social	5772,18
<b><u>OTROS ACTIVOS</u></b>			
Constitución de la Empresa	0	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>5772,18</b>
<b><u>TOTAL OTROS ACTIVOS</u></b>	<b>0</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>16491,95</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>16491,95</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

## 4.11 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

### 4.11. 1 Valor Presente Neto

*Tabla 74.* VAN

<b>VALOR PRESENTE NETO FINANCIADO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>FUJO EFECTIVO</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACION</b>	<b>FE* FREC</b>
1	<b>8.335,04</b>	0,89	7455,98
2	<b>9.830,84</b>	0,80	7866,56
3	<b>12.549,11</b>	0,72	8982,64
4	<b>15.351,90</b>	0,64	9829,93
5	<b>18.431,30</b>	0,57	10557,01
<b>VALOR PRESENTE</b>			<b>44692,12</b>
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>			<b>16491,95</b>
<b>VAN</b>			<b>28200,16</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

El Valor Actual Neto que presenta el proyecto dentro de la evaluación es de 28200,16 el cual representa la utilidad de todo el proyecto, de esta manera se demuestra que el proyecto es factible y se lo puede realizar.

### 4.11.2 Costo Beneficio

*Tabla 75.* Costo Beneficio

<b>COSTO BENEFICIO</b>	
<b>VALOR PRESENTE</b>	44692,12
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	16491,95
	<b>2,71</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

El Costo Beneficio es de 2.71 siendo mayor a 1, expresando de esta manera que es factible ejecutar el proyecto.

#### 4.11.3 Período de Recuperación de la Inversión

**Tabla 76.** Período de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)		
AÑO	FUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
1	8.335,04	8.335,04
2	9.830,84	18.165,88
3	12.549,11	
4	15.351,90	
5	18.431,30	
<b>PRI</b>	<b>1 año 10 meses con 29 días</b>	

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

La inversión para el proyecto se recupera aproximadamente en 1 año 10 meses con veintinueve días.

#### 4.11.4 Tasa Interna de Retorno

**Tabla 77.** TIR

TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO	FUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
	-16137,28	16491,95
1	8.335,04	
2	9.830,84	
3	12.549,11	
4	15.351,90	
5	18.431,30	
<b>TIR</b>	<b>60%</b>	

**Elaborado por:** Stefanía Alarcón

La Tasa Interna de Retorno muestra un porcentaje del 60% dentro del estudio del proyecto, dado a conocer que el dinero que se invertirá al realizar el mismo generará un rendimiento donde la utilidad será beneficiaria para la empresa.

## 4.12 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

*Tabla 78.* Evaluación económica con financiamiento

<b>EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>FLUJO EFECTIVO</b>	8.335,04	9.830,84	12.549,11	15.351,90	18.431,30
<b>COSTO OPORTUNIDAD</b>	8,68%				
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	28200,16				
<b>COSTO BENEFICIO</b>	\$ 2,71				
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	60%				
<b>PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION</b>	1 año 10 meses con 29 días				

Elaborado por: Stefania Alarcón

## 4.13 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

*Tabla 79.* Determinación Punto de Equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			
<b>CUENTAS</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Inversión fija</b>	12041,06		12041,06
<b>Capital de trabajo</b>		4450,89	4450,89
<b>Costo del Producción</b>		23875,42	23875,42
<b>Gastos Administrativos</b>	2017,27		2017,27
<b>Depreciaciones</b>	1101,14		1101,14
<b>Gastos de Exportación</b>			0
Certificado de Origen	10		10
Certificado Sanitario	4,86		4,86
Empaque y Embalaje de exportación	39,6		39,6
Rótulos de exportación	24		24
Token	2,07		2,07
Transporte interno Cayambe-Quito		80	80
Guía transporte aereo		55	55
Agente afianzado de aduana	220,64		220,64
Tasa de almacenaje	7,84		7,84
<b>TOTAL</b>	<b>15468,48</b>	<b>28461,31</b>	<b>43929,79</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

#### 4.13.1 Margen de contribución

Formula:

$$\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN} = (\text{PRECIO UNIT.} - \text{COST. V. UNIT.}) * \% \text{ VENTA}$$

**Tabla 80.** Margen de Contribución

<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>				
<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CV. UNIT.</b>	<b>% VENTAS</b>	<b>MARGEN CONTRIB.</b>
Savia de agave 125 ml	8,33	2,98	53%	5,35
Savia de agave 245 ml	11,92	9,54	47,1%	7,66
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO</b>				<b>13,01</b>

Elaborado por: Stefania Alarcón

Formula:

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO =</b>	<b>COSTO FIJO TOTAL</b>
	<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO</b>

**Tabla 81.** Punto de Equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	$\frac{15468,48}{13,01}$	1188,97
----------------------------	--------------------------	---------

Elaborado por: Stefania Alarcón

#### 4.13.2 Punto de Equilibrio Unidades Físicas

**Tabla 82.** Punto de Equilibrio Unidades Físicas

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES FISICAS</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>P.E UNID.</b>	<b>%</b>	<b>P.E</b>
		<b>VENTAS</b>	<b>UNIDADES FISICAS</b>
Savia de agave 125 ml	1188,97	53%	628,50
Savia de agave 245 ml	1188,97	47%	560,47
<b>TOTAL</b>	<b>2377,95</b>	<b>100%</b>	<b>1188,97</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

#### 4.13.3 PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS

**Tabla 83.** Punto de equilibrio en unidades monetarias

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>P.E</b>
			<b>UNIDADES MONETARIAS</b>
Savia de agave 125 ml	628,50	8,33	5236,27
Savia de agave 245 ml	560,47	11,92	6681,46
<b>TOTAL</b>			<b>11917,73</b>

Elaborado por: Stefanía Alarcón

## RESULTADOS

Una vez realizada la investigación de mercados para la exportación de la savia (miel) agave de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe ubicado en la provincia de Pichincha, se obtuvo información sobre la situación actual de la empresa como las instalaciones, producción, oferta nacional y demanda internacional, significa que hay una oportunidad para la exportación de este producto y debe ser aprovechada.

PROPÓSITO	ADMINISTRACIÓN	PLAN OPERATIVO
<p><b>Emprendimiento artesanal familiar.</b></p> <p><b>Se creó con el propósito de que no se pierda la tradición de extraer el chaguarmishky.</b></p> <p><b>En EEUU la miel de agave es famosa.</b></p> <p><b>En Ecuador nadie la conocía.</b></p> <p><b>Es importante trabajar con la comunidad para no perder la tradición, ya que es un producto nativo ancestral.</b></p>	<p>La administración del emprendimiento está actualmente a cargo de la propietaria, como representante</p> <p>A su vez delega funciones para realizar el proceso productivo con eficacia.</p>	<p>El plan operativo al inicio fue crear un producto que dura más de un año.</p> <p>Actualmente se está trabajando en productos derivados de los cuales aún falta el registro sanitario.</p> <p>El producto principal la miel y sus derivados han sido aceptados por el público.</p> <p>Se tiene planificada la estructuración de la planta productiva definitiva.</p> <p>Ya que la actual ha existido para la</p>

<p><b>Los ecuatorianos no tienen idea de lo que es el penco y sus propiedades.</b></p>		<p>experimentación, a partir del próximo año va a iniciar con la construcción de la nueva planta de procesamiento para producir a mayor escala y obtener los registros sanitarios de los productos derivados.</p>
--	--	---

**Figura 27.** Empresa Mishky Huarmy

Fuente: (Este Estudio, 2018)

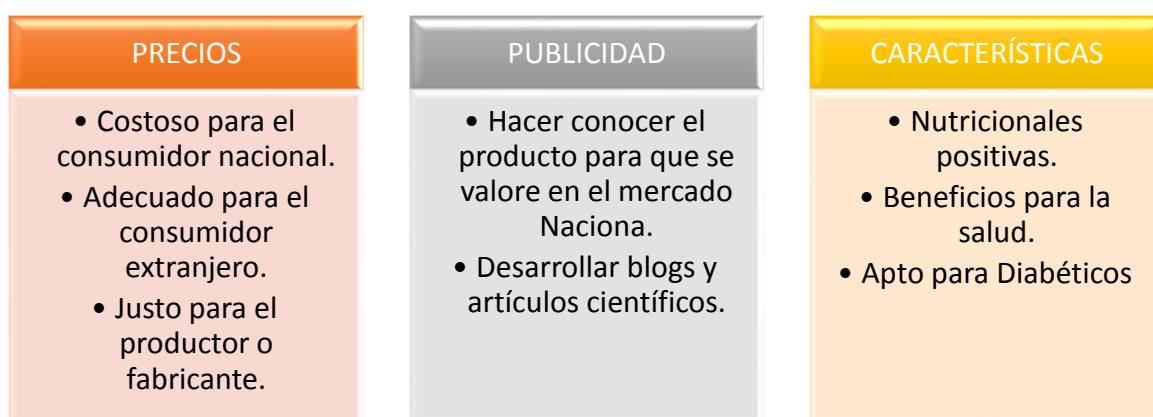
Para obtener los resultados se procedió a realizar una guía de observación de las instalaciones de la empresa y entrevistas dirigidas a diversas personas como la administradora de la empresa, colaboradora, vendedora y proveedoras de materia prima, con la información recolectada se pudo determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas fundamentales para colaborar con el crecimiento de la empresa, con el fin de cumplir los objetivos planteados al inicio del segundo capítulo.

En la ingeniería del proyecto se pudo recolectar información importante sobre los principales importadores de este tipo de producto, trabajo que ayudó a escoger los tres principales países para realizar un estudio exhaustivo de cada uno y luego elaborar la matriz POAM (perfil de oportunidades y amenazas en el medio) por la cual se determinó el país idóneo para la internalización de la savia (miel) de agave.

Una vez seleccionado el país, se realizó un análisis del sector enfocado en la logística necesaria para acceder a este mercado desde Ecuador, que será de gran

importancia para la empresa, para determinar la demanda fue necesario hacer una entrevista a un posible cliente.

Finalmente, en el capítulo Económico-Financiero se muestra datos que se podrá tomar como referencia para el financiamiento necesario para lograr la exportación del producto final.



**Figura 28.** Análisis de Producto.

Fuente: Este estudio

## CONCLUSIONES

El abastecimiento de la materia prima se analizó mediante las entrevistas a cada una de las siete proveedoras, donde se concluyó que las proveedoras tienen la capacidad para abastecer a la empresa en caso de requerirse mayor cantidad de materia prima.

Determinar la oferta de Savia (miel) de agave de la empresa Mishky Huarmy, fue un objetivo que se cumplió con el levantamiento de la información a través de la entrevista con la dueña de la empresa y guía de observación en las instalaciones de la empresa, determinando que no está trabajando al 100% de la capacidad instalada lo que permite dar una idea clara para aprovechar esta situación para la exportación.

Se estableció los potenciales mercados para la importación de la savia (miel) de agave, luego se analizó el comportamiento histórico del producto en importaciones, exportaciones y producción nacional, finalmente para obtener datos exactos de la demanda se procedió a realizar una entrevista a un posible cliente.

El país meta seleccionado en este estudio fue Estados Unidos, es conocido que este país cuenta con muchos acuerdos multilaterales y bilaterales como el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), en este aspecto Ecuador es un beneficiario de este programa favoreciendo con el desgravamen de ciertas partidas arancelarias, en donde está incluida la partida arancelaria del producto que se desea exportar.

Para determinar la situación administrativa-financiera de la empresa y rentabilidad del proyecto se realizó el estudio financiero y los resultados positivos en el TIR y VAN indica que es factible poner en marcha el proyecto para beneficio de la empresa.

## RECOMENDACIONES

La existencia de la necesidad de establecer protocolos planificados de exportaciones, se plantea con un enfoque de análisis de los mercados potenciales, es indispensable que se determine los parámetros de trabajo en cuanto al proceso de exportación.

Brindar capacitaciones a las proveedoras de la materia prima para que puedan abastecer a la empresa cuidando el medio ambiente, además es necesario apoyar a las proveedoras para que adquieran sus terrenos propios y así puedan cubrir mayor demanda.

La capacidad productiva de la empresa no está siendo aprovechada al 100%, por lo que se recomienda utilizar la producción ociosa para aumentar la oferta de la empresa "Mishky Huarmy" y sea posible la exportación de la savia (miel) de agave.

Se realizó los estudios respectivos del comportamiento de las importaciones, exportaciones, producción nacional y entrevista a un futuro cliente para determinar que si hay demanda, por lo que se recomienda la exportación del producto con la confianza que se realizó el previo estudio.

Una vez realizada la investigación de mercados se seleccionó al país idóneo para realizar la exportación, se recomienda realizar un estudio profundo sobre las posibilidades de ingresar a este mercado y a su vez participar con mayor frecuencia en las ferias de este país para dar a conocer el producto.

Con el estudio financiero se puede sugerir a la empresa hacer la remodelación de la planta productiva con la ayuda de financiamiento bancario para aumentar la oferta exportable y cubrir la demanda requerida.

## BIBLIOGRAFÍA

- Chavarría, M. (2013). *Ideasparapymes*. Obtenido de Ideasparapymes: [http://www.ideasparapymes.com/contenidos/mercadotecnia\\_investigacion\\_mercados\\_qualitativa\\_quantitativa\\_pymes.html](http://www.ideasparapymes.com/contenidos/mercadotecnia_investigacion_mercados_qualitativa_quantitativa_pymes.html)
- Aduana del Ecuador SENA. (Abril de 2017). *Aduana del Ecuador SENA*. Obtenido de Aduana del Ecuador SENA: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Alvarado Ramírez, J. U. (26 de 05 de 2014). *Universidad Autonoma del estado de hidalgo*. Obtenido de Universidad Autonoma del estado de hidalgo: <http://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/handle/123456789/15076>
- Arias, A. (2014). *Calameo*. Obtenido de Calameo: <https://es.calameo.com/books/004084166d1ce9a5443e3>
- Banco Santander*. (Noviembre de 2018). Obtenido de Banco Santander: <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/empaques-y-nomas>
- Beltrán, B. (29 de 04 de 2016). *Chaguarmishqui tiene su truco*. Obtenido de Chaguarmishqui tiene su truco: <http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/31604-chaguarmishqui-dulce-tradicion-sierra.html>
- Bermudez Gutierrez, J. (25 de 04 de 2013). *Medtransparamyx*. Obtenido de Medtransparamyx: <http://medtransparamyx.blogspot.com/>
- Bilogistik. (11 de 07 de 2016). *Bilogistik*. Obtenido de Bilogistik: <http://www.bilogistik.com/blog/servicio-de-transporte-multimodal/>
- Bitran, E., Urrutia, G., Greve, F., & Villena, M. (2014). *s3.amazonaws*. Obtenido de s3.amazonaws: [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35594047/rev134\\_EB](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35594047/rev134_EB)

itran-CGonzalezU-FGreve-

MVillena.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1508651754&Signature=lct0r3c4PSfJI3wOfKWzuqF8NR4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DInno

Bonifaz, G. (30 de 06 de 2015). *Mishkyhuarmy*. Obtenido de Mishkyhuarmy:  
<http://www.mishkyhuarmy.com/>

Brookins, M. (2017). *Lavoztx*. Obtenido de Lavoztx:  
<http://pyme.lavoztx.com/herramientas-utilizadas-en-estudios-de-mercado-8226.html>

Camara de comercio de Bogotá. (2014). *Bibliotecadigital*. Obtenido de Bibliotecadigital:  
[https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&as\\_ylo=2013&q=LOGISTICA+Y+DISTRIBUCION+FISICA+INTERNACIONAL%3A+&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2013&q=LOGISTICA+Y+DISTRIBUCION+FISICA+INTERNACIONAL%3A+&btnG=)

Camara de comercio de Bogotá. (2015). *Bibliotecadigital*. Obtenido de Bibliotecadigital:  
<http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14382/Giu%C3%ADa%20Pr%C3%A1ctica%20Empaque%20y%20Embalaje.pdf?sequence=1>

Castellano Ramírez, A. (2015). Logística . En A. Castellano Ramírez, *Logística comercial internacional*. Barranquilla: Editorial Universidad del norte.

Cc, G. (26 de 09 de 2015). *Métodos de Entrada a un mercado internacional*. Obtenido de Métodos de Entrada a un mercado internacional:  
<https://perspectivamarketera.wordpress.com/author/gabicc/>

Comunicación Moldtrans. (18 de 11 de 2014). *Moldtrans*. Obtenido de Moldtrans:  
<https://www.moldtrans.com/transporte-maritimo-tipos-de-buques-en-funcion-del-tamano-de-la-carga/>

Concanaco Mexico. (13 de Junio de 2018). *Indicadores Macroeconómicos*. Obtenido de

<http://www.concanaco.com.mx/documentos/VariablesEconomicasmayo2018.pdf>

Cue Mancera, A. (2015). *Negocios Internacionales: En un mundo globalizado*. En A. Cue Mancera, *Negocios Internacionales: En un mundo globalizado* (pág. 266). Mexico D.F.: Editorial Patia. Obtenido de *Negocios Internacionales: En un mundo globalizado*.

De Molina, A. (31 de 08 de 2016). *Conexionesan*. Obtenido de *Conexionesan*: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/componentes-y-operadores-de-la-distribucion-fisica-internacional/>

Dorta González, P. (2013). *Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*. Obtenido de *Universidad de Las Palmas de Gran Canaria* : [https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte\\_y\\_logistica\\_internacional\\_2013.pdf](https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte_y_logistica_internacional_2013.pdf)

*Ecamcham*. (14 de 12 de 2017). Obtenido de *Ecamcham*: [https://www.ecamcham.com/Boletines/Informacion\\_export.pdf](https://www.ecamcham.com/Boletines/Informacion_export.pdf)

Echeverria, I. (06 de 2014). *Revista el Exportador*. Obtenido de *Revista el Exportador*: <http://www.mediosdepagointernacional.es/obligacion-de-pago-bancaria>

El Comercio. (16 de 11 de 2014). *Mishky Huarmy rescata el valor ancestral del sirope*. *Mishky Huarmy rescata el valor ancestral del sirope*, págs. [http://www.elcomercio.com/app\\_public.php/tendencias/mishkyhuarmy-rescatar-ancestral-sirope-ecuador.html](http://www.elcomercio.com/app_public.php/tendencias/mishkyhuarmy-rescatar-ancestral-sirope-ecuador.html).

*El Empresario*. (27 de 06 de 2013). Obtenido de <http://elempresario.mx/casos-exito/dulsweet-endulcorante-naturale-extraido-agave>

El mercurio. (25 de 02 de 2016). *El mercurio*. Obtenido de *El mercurio*: <https://www.elmercurio.com.ec/517297-impulsan-cadena-productiva-a-traves-de-cultivo-de-penco/>

*El País*. (05 de 06 de 2012). Obtenido de <https://www.elpais.com.co/economia/jarabe-de-maiz-no-es-lo-mismo-que-azucar-dice-la-fda.html>

Elicriso. (2017). *Elicriso*. Obtenido de Elicriso: [http://www.elicriso.it/es/como\\_cultivar/agave/](http://www.elicriso.it/es/como_cultivar/agave/)

Este Estudio. (2018). *Investigación Miel de Agave*. Ibarra: PUCE.

Esther, C. (25 de 02 de 2013). *Directoalpaladar*. Obtenido de Directoalpaladar: <https://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/que-es-el-sirope-de-agave-origen-y-sus-usos-en-la-cocina>

*Exporta Facil*. (2017). Obtenido de *Exporta Facil*: [http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=37&catid=2&Itemid=162](http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=37&catid=2&Itemid=162)

Faicán, A. (25 de 10 de 2011). *comunidad.todocomercioexterior*. Obtenido de *comunidad.todocomercioexterior*: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/forum/topics/qu-son-barreras-arancelarias>

Gedesco. (22 de 08 de 2016). Obtenido de <https://www.gedesco.es/blog/consejos-exportar-eeuu/>

Imagen Agropecuaria . (12 de mayo de 2011). *Imagen Agropecuaria* . Obtenido de [http://imagenagropecuaria.com/2010/exportan\\_jarabe\\_de\\_agave\\_y\\_fibras\\_organicas\\_y\\_generan\\_desarrollo/](http://imagenagropecuaria.com/2010/exportan_jarabe_de_agave_y_fibras_organicas_y_generan_desarrollo/)

*Inkanatura* . (02 de 05 de 2018). Obtenido de *Inkanatura* : <http://www.inkanatural.com/es/arti.asp?ref=agave>

ITC. (12 de 11 de 2018). *Trade Map, Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Obtenido de

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=3||||170260|||6|1|1|1|1|2|1|1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||170260|||6|1|1|1|1|2|1|1)

Loureiro Dios, M. (2015). Etapas de la investigación de mercados. En M. Loureiro Dios, *Investigación y recogida de información de mercados* (págs. 17-80). Vigo: Ideaspropias Editorial.

Manila, O. E. (22 de 03 de 2012). *GP-Filipinas*. Obtenido de GP-Filipinas: <file:///C:/Users/PC%20HOME/Downloads/gp-filipinas.pdf>

Marcos, J. (2015). *Medios de pago internacionales*. España: Editorial Elerning.

Marta, P., Rueda, C., & Benito, D. (2013). *Universidad Tecnica de Valencia*. Obtenido de Métodos de entrada en mercados: [https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31217/Internacionalizaci%C3%B3n\\_submissionb.pdf](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31217/Internacionalizaci%C3%B3n_submissionb.pdf)

Minervini, N. (2015). INGENIERIA DE LA EXPORTACIÓN. En N. Minervini, *INGENIERIA DE LA EXPORTACIÓN* (pág. 21). Madrid: CONFEMENTAL.

*Mishkyhuarmy*. (30 de 06 de 2015). Obtenido de Mishkyhuarmy: <http://www.mishkyhuarmy.com/>

OECD. (2016). *The Observatory of Economic Complexity*. Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/hs92/1702/>

OMC. (2018). Obtenido de OMC: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tariffs\\_s/tariffs\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm)

Prefectura de Pichincha. (2016). *Cantón Cayambe*. Obtenido de <http://www.pichincha.gob.ec/cantones/cayambe>

ProEcuador. (26 de 04 de 2013). *ProEcuador*. Obtenido de ProEcuador: <file:///C:/Users/ACER%20V5/Downloads/GuiaCertificaciones.pdf>

ProEcuador. (2017). *ProEcuador*. Obtenido de ProEcuador: [file:///C:/Users/ACER%20V5/Downloads/PROEC\\_GL\\_2017.pdf](file:///C:/Users/ACER%20V5/Downloads/PROEC_GL_2017.pdf)

RECOPCI. (19 de 05 de 2011). *Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones : <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>

Rodés, A. (2017). *Medios de pago internacionales*. España: Ediciones Paraninfo.

Sampieri, R., Collado , C., & Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

SENAE. (22 de ABRIL de 2015). Obtenido de SENAE: <https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/res/2015/senae-mee-2-7-005-v1.pdf>

Serra, L. (14 de 03 de 2017). *Contunegocio*. Obtenido de Contunegocio: <https://www.contunegocio.es/marketing/el-conocimiento-del-producto-clave-para-generar-confianza-en-el-cliente/>

SICE. (2018). Obtenido de [http://www.sice.oas.org/ctyindex/usa/usaagreements\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/usa/usaagreements_s.asp)

Siicex. (2016). Obtenido de Siicex: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/exportaciones/360637008radD2277.pdf>

Sirope de agave. (08 de 02 de 2018). *Tierra y oro*. Obtenido de Tierra y oro: <http://siropedeagave.blogspot.com/>

Supply Chain. (18 de 04 de 2014). *Retos en Supply Chain*. Obtenido de Retos en Supply Chain: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/envase-y-embalaje-de-la-mercancia-en-el-comercio-internacional/>

- Teng, M. (13 de abril de 2016). *Observatory Economic Complexity*. Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/phl/>
- Tibamexico. (10 de 02 de 2015). *Tibagroup*. Obtenido de Tibagroup: <http://www.tibagroup.com/mx/transporte-internacional-de-mercancias>
- Ventura, S. (2 de 11 de 2012). *Gestion.org*. Obtenido de Gestion.org: <https://www.gestion.org/gestion-tecnologica/seguridad-informatica/21741/antivirus-seguridad-para-la-empresa/>
- Vera López, M. (2015). Los Incoterms 2010: Guía paso a paso. En M. Vera López, *Los Incoterms 2010: Guía paso a paso* (pág. 6).
- Vera, M. (2012). *Foreign Trade 2.0*. Obtenido de Foreign Trade 2.0: <http://foreigntrade20.com/incoterms-2010/>
- Vera, M. (2016). *Medios de Pago en el Comercio Internacional*. Obtenido de Medios de Pago en el Comercio Internacional: <https://books.google.com.ec/books?id=Snd5DAAAQBAJ&pg=PA4&dq=formas+de+pago+internacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwuiq8Cp-djaAhXKslkKHem-BbsQ6AEIODAE#v=onepage&q=formas%20de%20pago%20internacional&f=false>
- Zingone, L., & Ruiz, F. (2014). Estrategias y modalidades de ingreso para competir en mercados internacionales. En L. Zingone, & F. Ruiz, *Estrategias y modalidades de ingreso para competir en mercados internacionales* (pág. 70). España: Universidad de Alicante.

## **ANEXOS**

### **ANEXO 1. ANTEPROYECTO**



**Pontificia Universidad Católica del Ecuador**

**Sede Ibarra**

**ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

**“ENCI”**

**PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN CAYAMBE.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Negocios internacionales E.1**

**AUTORA: GÉNESIS STEFANÍA ALARCÓN VEGA**

**IBARRA, SEPTIEMBRE 2017**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. NOMBRE DEL PROYECTO .....</b>	<b>162</b>
<b>2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES) .....</b>	<b>162</b>
<b>3. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>165</b>
<b>4. OBJETIVOS.....</b>	<b>168</b>
4.1 OBJETIVO GENERAL .....	168
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	168
<b>5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>168</b>
<b>6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....</b>	<b>171</b>
6.1. METODOS GENERALES .....	171
6.2 TÉCNICAS.....	173
6.3 INSTRUMENTOS .....	175
6.4 MATRIZ DE RELACIÓN .....	177
<b>7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....</b>	<b>178</b>
<b>8. RECURSOS .....</b>	<b>182</b>
8.1. FINANCIAMIENTO .....	183
<b>9. FUENTES DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>184</b>
<b>10. ANEXOS .....</b>	<b>185</b>

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Árbol de problemas.....	5
-----------------------------------	---

## **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1. Matriz de relación.....	19
----------------------------------	----

Tabla 2. Cronograma de actividades.....	21
---	----

Tabla 3. Recursos.....	22
------------------------	----

## **1. NOMBRE DEL PROYECTO**

Investigación de mercados para la exportación de savia de Agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

## **2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)**

La empresa “Mishky Huarmy”, se encuentra situada en la parroquia de Guachalá, en el Cantón Cayambe, se enfoca en apoyar y rescatar el trabajo de las mujeres que se dedican a la extracción y producción de la savia de agave o chaguarmishky, ya que actualmente existen menos personas interesados en esta actividad artesanal.

En Ecuador existe poca producción de productos orgánicos que son capaces de reemplazar a productos que a lo largo del tiempo ocasionan problemas en la salud del consumidor, tal es el caso donde se pretende sustituir la savia de agave procesada naturalmente, que su coloración va cambiando con el tiempo, la diferencia es que los productos convencionales ya vienen estandarizados y solo sirven para endulzar los alimentos.

La falta de conocimiento de la demanda del producto en los mercados internacionales tiene como consecuencia que los mercados internacionales se encuentren desabastecidos por la savia de agave, ya que para las personas que lo conocen saben no es un endulzante común, más bien es apto para personas con problemas de azúcar, es decir personas que sufren de diabetes, según información obtenida por la propietaria de la empresa.

El desconocimiento de los procesos a seguir para la exportación y no utilizar las herramientas adecuadas y necesarias para buscar mercados internacionales e

ingresar con el producto pueden significar el fracaso en el proceso de internalización, además es necesario contar con personal con conocimientos en comercio exterior para que asesoren al potencial exportador y realicen el debido estudio de mercados para posicionarse en el nicho de mercado escogido.

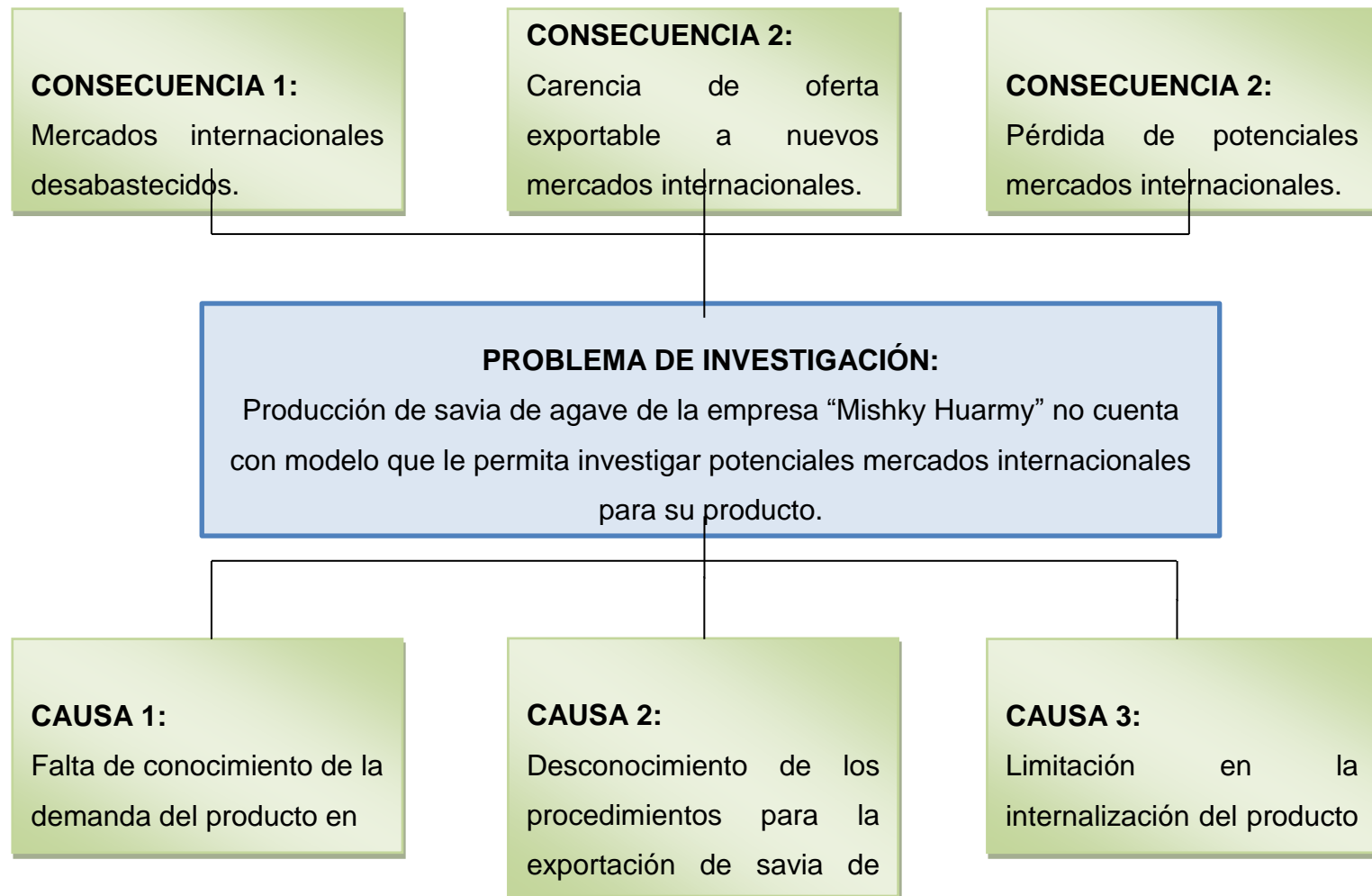


Figura 1 Árbol de problema

Elaborado por: La autora

### 3. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad es esencial fomentar las exportaciones, pero se lo debe hacer con productos innovadores, es decir productos no tradicionales, ya que estos productos son el futuro de las exportaciones ecuatorianas para posicionarse en los mercados internacionales. Además, el proyecto se encuentra direccionado hacia el cumplimiento del objetivo 8 del plan del buen vivir: consolidar el sistema económico, social y solidario, en forma sostenible, y el objetivo 10: impulsar la transformación de la matriz productiva, donde se busca la diversificación productiva en sectores nuevos, tal es así como se pretende dejar a un lado lo tradicional y enfocarse en productos innovadores.

Las exportaciones son primordiales para el sustento de cualquier economía, sin embargo, en la actualidad se ha incrementado la tendencia de requerir productos no tradicionales, por ello se hace necesario introducir productos con valor agregado como los es la savia de agave, ya que es una alternativa natural y orgánica para endulzar las bebidas de una manera diferente.

La empresa “Mishky Huarmy”, se encuentra ubicada en la parroquia de Guachalá, perteneciente al cantón Cayambe desde hace 7 años. El lugar escogido es por la cercanía con los pencos para la extracción de la materia prima para elaborar el producto final. **Mishky Huarmy** pretende reivindicar esta tradición valorando la sabiduría y trabajo de sus productoras, pagando un precio justo y a tiempo. El precio justo compromete a las productoras a resembrar con pencos las áreas de sus terrenos sin cultivar. Solo así podremos garantizar una producción de “chaguarmishky” sostenible en el tiempo. (Mishkyhuarmy, 2015) (Ver anexo 10.1)

Para la empresa es fundamental fomentar el trabajo de las mujeres de las comunidades, ya que esta tradición de la extracción de la savia se está perdiendo porque la juventud ha perdido el sentido de realizar esta actividad en las comunidades, además que el consumo de este producto también se ha ido

perdiendo, debido al consumo de bebidas alcohólicas ya embotelladas. (Ver anexo 10.2)

El sirope se obtiene a partir de la savia dulce de los pencos maduros. Esta savia se la conoce en Ecuador como “chaguarmishky” y en México como aguamiel. Para que esta planta conocida como penco produzca una savia de excelente calidad necesita tener entre 12 y 15 años, y produce por aproximadamente 40 a 60 días luego de lo cual cumple con su ciclo de vida. (Mishkyhuarmy, 2015) (Ver anexo 10.3)

La savia de agave se encuentra en el capítulo 17 del arancel donde se encuentran Azúcares y artículos de confitería La partida arancelaria es 1702.60.00.00 Utilizando la herramienta del trade map, según la partida arancelaria antes mencionada los principales países importadores México con \$420.484, Filipinas con \$124.862 y Estados Unidos con \$95.889 (Ver anexo 10.5)

Según (Mishkyhuarmy, 2015) El sirope de penco concentra las propiedades medicinales atribuidas tradicionalmente al “chaguarmishky” o savia del penco o *Agave americana* variedad andina, como:

- Disminuye el dolor en las articulaciones en casos de artritis
- Ayuda a asimilar el calcio en los huesos
- Medicinal para la gastritis
- Es un dulce apto para personas con problemas de azúcar en la sangre por su bajo nivel glicémico. (Ver anexo 10.6)

La investigación de mercados tiene como fin encontrar el mercado idóneo para la exportación de savia de agave, y de esta manera logre incrementar la utilidad, ya que una vez concluida la investigación sabrá con certeza hacia que nicho de mercado dirigirse con su producto.

La savia de agave es un producto no tradicional, y Ecuador actualmente depende de las exportaciones de los productos como son el banano, cacao, flores y Petróleo. Sin embargo, en el caso del último producto en el 2016 Ecuador vivió una gran crisis debido a la baja del precio en el mercado internacional, y eso se debe a que

la economía del país depende mucho de la exportación de sus productos tradicionales y es necesario tomar en cuenta que los recursos naturales de Ecuador son limitados y se pueden agotar.

El proyecto de realizar una investigación basada en la inteligencia de mercados, generará fuentes de empleo tanto a nivel local enfocando principalmente a las mujeres de cuatro comunidades, como nacional e internacional en el mercado que sea seleccionado como el idóneo para la internalización del producto. De esta manera mejorara la calidad de todas las familias involucradas en el proceso de producción, comercialización e internalización del producto a exportarse. (Ver anexo 10.4)

Además de crear fuentes de empleo directa, también generará fuentes de empleo indirectos, ya que, así como beneficia principalmente a las mujeres de las comunidades aledañas también se benefician otras personas como son la familia de dichas mujeres, proveedores de los envases, etiquetas, entre otros requeridos para la elaboración del producto terminado, y finalmente el estado porque al emprender e internacionalizar una empresa se beneficia el país en el aspecto económico.

La internalización de un producto representa polos de desarrollo que más destaca en Ecuador, pero la globalización juega un rol muy importante dentro del comercio internacional, por esta razón es importante tener los conocimientos necesarios de las transacciones internacionales para poder importar o exportar mercancías, por ello en el presente proyecto se pretende investigar las normativas, acuerdos con el mercado que se vaya a seleccionar como idóneo, oferta y demanda para la exportación de savia de agave.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar la Investigación de mercados para la exportación de savia de Agave de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe, con la finalidad de identificar el mercado potencial para la exportación de la savia de agave.

### **4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar la capacidad productiva, administrativa y financiera de la empresa “Mishky Huarmy”.
- Analizar los potenciales mercados internacionales para la demanda de savia de agave, de manera que se pueda establecer un posible mercado meta.
- Describir los procesos de exportación de savia de agave para el mercado meta identificado.
- Indicar el beneficio económico para la empresa “Mishky Huarmy” con la producción y exportación de savia de agave.

## **5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

Para el diseño del presente proyecto basada en la inteligencia de mercados, que permitirá identificar el mercado potencial para la exportación de savia de agave, proveniente de la empresa “Mishky Huarmy”, se desarrollará una investigación basada en el cumplimiento de cuatro objetivos específicos que buscará el logro del objetivo general, y por ende de la presentación final de un potencial mercado para este producto. A continuación, se describen estos objetivos:

El primer capítulo se detallará las bases teóricas-prácticas, recopilación de información, definiciones, opinión de expertos sobre la savia de agave para una mejor comprensión del proyecto a realizar.

El segundo capítulo se enfoca en establecer un diagnóstico de la cantidad de oferta y demanda de savia de agave, con lo que se busca determinar el volumen de producción, aceptación y poder conocer la competencia de este producto. Para poder desarrollar este objetivo se utilizará el apoyo de fuentes tanto primarias como secundarias, la utilización de instrumentos como encuestas y entrevistas facilitará el conocimiento de esta oferta al aplicarlas a productores nacionales de productos similares o idénticos al que se busca ofertar.

En el tercer capítulo específico se realizará un estudio exhaustivo de los potenciales mercados internacionales, que permitirá determinar la demanda existente de savia de agave, de esta manera se podrá establecer un posible mercado meta. Con este objetivo se busca establecer el mercado hacia donde se introducirá la savia de agave, de manera que el producto sea aceptado por parte de los consumidores de este nicho de mercado, además se describirá los procesos necesarios para la exportación de savia de agave, una vez claro todos los procesos se podrá proceder a la exportación del producto hacia el mercado meta se previamente fue identificado en el objetivo específico anterior. Para el cumplimiento de este objetivo será necesario recolectar información, y se lo realizará mediante la recolección de datos con información primaria a través de observación directa en las oficinas de SENA (Servicio nacional de aduana del Ecuador) y Pro Ecuador, encuestas y entrevistas y también se lo realizará mediante la recolección de información secundaria a través de exportaciones anteriores de productos similares.

En el cuarto capítulo específico se pretenderá indicar el beneficio económico que traerá a la empresa "Mishky Huarmy" el producir y exportar la savia de agave a un mercado internacional, ya que con este objetivo se busca optimizar los recursos para no tener gastos indebidos, además se pretende establecer los posibles cambios que se vayan a efectuar en el proceso de producción y en el producto final para la exportación de acuerdo a los gustos y necesidades de los clientes del mercado meta. Una vez realizado los cambios necesarios se podrá analizar la aceptación del producto y el beneficio económico que recibirá la empresa recolectando información secundaria de exportaciones anteriores de productos similares.

## **5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS**

### **1. CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO**

- 1.1 Investigación de mercados
  - 1.1.1 Definición
  - 1.1.2 Aplicación
  - 1.1.3 Componentes de la inteligencia de negocios
  - 1.1.4 Metodología de la inteligencia de negocios
- 1.2 Exportación
  - 1.2.1 Definición
  - 1.2.2 Estructura de exportación
  - 1.2.3 Logística de exportación
  - 1.2.4 Documentos y certificaciones para exportaciones
- 1.3 Savia de Agave

### **2. CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO**

- 2.1 Antecedentes
- 2.2 Objetivos
- 2.3 Variables diagnóstica
- 2.4 Indicadores
- 2.5 Matriz de relación
- 2.6 Información primaria
- 2.7 Matriz FODA
- 2.8 Cruce matriz FODA
- 2.9 Determinación del problema diagnóstico

### **3. CAPÍTULO III INGENIERÍA DEL PROYECTO**

- 3.1 Modelo de investigación basado en la investigación de mercado.
- 3.2 Mercado objetivo a nivel internacional
- 3.3 Demanda
- 3.4 Oferta
- 3.5 Proyección lineal
- 3.6 Consumo aparente
- 3.7 Análisis del sector
- 3.8 Logística y comercialización

- 3.9 Mercado de consumo
- 3.10 Estrategias de comercialización
- 3.11 Propuesta de exportación

#### **4. CAPÍTULO IV ANÁLISIS FINANCIERO**

- 4.1 Inversión
- 4.2 Estructura financiera proyecto
- 4.3 Estados financieros
- 4.4 Evaluación financiera

#### **CONCLUSIONES**

#### **RECOMENDACIONES**

#### **BIBLIOGRAFÍA**

#### **ANEXOS**

### **6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA**

#### **6.1. METODOS GENERALES**

##### 6.1.1. Método Inductivo

Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría. (Bernal Torres, 2006)

Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías. Ello es como decir que la naturaleza se comporta siempre igual cuando se dan las mismas circunstancias, lo cual es como admitir que bajo las mismas condiciones experimentales, lógicamente aceptado. (Cegarra Sánchez, 2012)

El método inductivo está comprendido desde hechos particulares hasta llegar a lo general, en el caso del estudio a realizarse se empleará en los primeros capítulos de

la investigación, donde el método se lo implementará en el estudio de los potenciales mercados para determinar el mercado idóneo para la exportación de la Savia de Agave, utilizando los instrumentos de investigación para obtener la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

### 6.1.2. Método Deductivo

Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Bernal Torres, 2006)

Según (Rodríguez Moguel, 2005) el método deductivo consta de las siguientes etapas:

- Determina los hechos más importantes en el fenómeno por analizar
- Deduce las relaciones constantes de naturaleza uniforme que dan lugar al fenómeno.
- Con base a las deducciones anteriores se formula la hipótesis.
- Se observa la realidad para comprobar la hipótesis.
- Del proceso anterior se deducen las leyes.

En el método deductivo, es aquel que al contrario del inductivo este consiste en ir desde lo general hasta llegar a lo particular, en el caso del estudio basado en la inteligencia de mercados se analizará los potenciales mercados a donde se puede exportar la savia de agave, utilizando diversas herramientas, hasta seleccionar el mercado más idóneo para realizar el proceso de internalización.

### 6.1.3. Método analítico – sintético

Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y

luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis). (Bernal Torres, 2006)

Este método consiste en descomponer el universo de estudio para poder estudiarlo de manera separado y esto se lo hace a través de la recolección de datos históricos y evolución de las exportaciones de productos similares a la savia de agave, para luego realizar un análisis de la recolección de todos los datos obtenidos. Posteriormente se procederá a integrar toda la investigación realizada del estudio de mercados para la exportación de la savia de agave y realizar una síntesis de todo el análisis.

## **6.2 TÉCNICAS**

### **6.2.1 Observación**

Puede definirse a la observación científica como “una técnica de recolección de información consistente en la inspección y estudio de las cosas o hechos tal como acontecen en la realidad (natural o social) mediante el empleo de los sentidos (con o sin ayuda de soportes tecnológicos), conforme a las exigencias de la investigación científica y a partir de las categorías perceptivas construidas a partir y por las teorías científicas que utiliza el investigador”. (Yuni & Urbano, 2006)

En el proyecto a emprender la técnica de observación será útil para recolectar información primaria del tema a investigar, en este caso el tema se centra en una investigación de mercados para poder exportar un producto, y esto implica la movilización a diferentes oficinas relacionadas con el comercio internacional, por ello se hace necesario utilizar esta técnica para recolectar información empleando los sentidos, pero principalmente la vista para obtener la información deseada.

La observación es de gran ayuda para el investigador, ya que es la técnica más vivencial para obtener resultados.

### 6.2.2. Encuesta

Actualmente, la mayoría de los estudios de mercado que se realizan utilizan la encuesta como técnica principal de investigación y emplean otras técnicas (cualitativas, observación, análisis de fuentes secundarias...) para obtener información complementaria útil en el diseño metodológico y en el análisis de resultados de dicha encuesta. (Ángel, 2004)

Según (Martínez González, 2007) la información recojida con la técnica de la encuesta puede ser útil para distintos fines de investigación, como son:

- Realizar análisis exploratorios sobre temáticas poco conocidas
- Analizar tendencias de comportamiento de distintos sectores de la población en función, por ejemplo, de la edad, el sexo, los niveles educativos o profesionales, etc.
- Ayudar a tomar decisión sobre aspectos concretos.
- Averiguar posibles relaciones entre diversos factores y variables del fenómeno estudiado que ayuden a comprenderlo mejor.
- Orientar acciones dirigidas a promover cambios en la situación analizada.

Esta técnica es la más utilizada para recolectar información de las personas, en cuanto a perspectivas o grado de aceptación, así que en el proyecto de savia de agave será necesario aplicar esta técnica para saber cuál es la percepción de las personas referente a un tema en específico, y de ahí hacer el procedimiento respectivo de tabulación para llegar al análisis de los resultados y como paso final tomar una decisión.

### 6.2.3 Entrevista

La entrevista es un instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana, siendo el orden social un orden deíctico. En concreto, la entrevista proporciona un excelente instrumento heurístico para

combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar. (Jesús, 2012)

La entrevista es una técnica de gran beneficio en la elaboración de un proyecto, ya que permite conversar con un entendido en el tema que deseamos despejar las dudas respecto a una situación específica. En el caso del proyecto específico será necesaria hacer entrevistas a los productores de savia de agave y su proceso de elaboración, expertos en comercio internacional para aclarar dudas referentes a las exportaciones, entre otros actores involucrados en el proceso de internalización.

## **6.3 INSTRUMENTOS**

### 6.3.1 Ficha de Observación

La ficha de observación es considerada como una especie de procedimiento de investigación, el cual consiste básicamente en poder utilizar instrumentos adecuados para poder establecer una relación entre la hipótesis y los hechos reales, a través de la observación científica, también de la investigación sistematizada y ordenada.

Cabe mencionar que la ficha de observación es aquel documento mediante el que es posible también tener toda la información posible de algún tema en particular, puede ser la información sobre alguien o sobre algo, esta obtención de datos son el resultado de la observación. Se considera que una ficha de observación puede durar gran o corta cantidad de tiempo. (FormatoDe.com, 2010-2013)

Una vez realizada la observación de campo sobre uno o varios temas específicos acerca del proyecto a emprender, será necesario plasmar los resultados en un documento, y este será la ficha de información donde antes de la observación se pondrá las hipótesis del tema a investigar, pero una vez terminada la investigación deberá llenar si la hipótesis planteada fue correcta o si después de la observación los resultados fueron diferentes a los esperados.

### 6.3.2 Cuestionario

El Cuestionario es un instrumento de investigación. Este instrumento se utiliza, de un modo preferente, en el desarrollo de una investigación en el campo de las ciencias sociales: es una técnica ampliamente aplicada en la investigación de carácter cualitativa. No obstante, lo anterior, su construcción, aplicación y tabulación poseen un alto grado científico y objetivo. Elaborar un Cuestionario válido no es una cuestión fácil; implica controlar una serie de variables. (Ricardo, s.f.)

Para la realización tanto de la encuesta como de la entrevista es necesario la elaboración de un cuestionario, dentro de la encuesta el factor fundamental es el cuestionario que debe contener preguntas específicas y claras para que sea de entendimiento del lector y pueda brindar respuestas que sirvan de ayuda para el investigador.

En la entrevista es fundamental la elaboración de un cuestionario para aplicársela al entrevistado, ya que no es posible aventurarse a improvisar preguntas, ya que de esta manera no obtendremos buenos resultados, además con la elaboración del cuestionario se optimiza tiempo para ambas partes.

### 6.3.3 Video

El presente artículo trata el tema del vídeo como herramienta y estrategia para la investigación social y su incorporación en un currículo de comunicación que permita un acercamiento a la realidad a partir del uso de la imagen audiovisual no solo como medio para recolectar información, sino como parte activa del proceso de investigación. Se reúnen aportes metodológicos para investigar con la cámara, se presenta un breve recuento histórico acerca de los medios de comunicación como construcción y representación de la realidad y se plantean algunas reflexiones en torno al uso de la imagen en procesos de investigación formativa. (Gil, 2011)

En el presente proyecto se hace necesario utilizar el instrumento de video para captar determinados eventos o situaciones, en este caso el video será utilizado para grabar

la entrevista a los profesionales en comercio exterior, también se lo utilizara para captar los procesos productivos de savia de agave, esto se lo hace para que quede evidenciada la entrevista a realizarse y así poder ver el video y entender de manera detenida lo que el entrevistado nos comenta sobre el determinado tema a conversar o para ver los procesos captados en el video.

#### 6.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Establecer la oferta de savia de agave de la empresa "Mishky Huarmy"	OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volumen de producción.</li> <li>• Costo de producción</li> <li>• Tecnología</li> <li>• Materia prima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Observación</li> <li>• Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propietaria de la empresa.</li> <li>• Propietaria de la empresa.</li> <li>• Empresa</li> <li>• Colaboradores de la empresa.</li> </ul>
Identificar la situación administrativa-financiera en que se encuentra la empresa.	ADMINISTRATIVA-FINANCIERA	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipo de empresa</li> <li>▪ Organigrama estructural</li> <li>▪ Control contable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entrevista</li> <li>▪ Entrevista</li> <li>▪ Entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Propietaria de la empresa.</li> <li>▪ Propietaria de la empresa.</li> <li>▪ Propietaria de la empresa.</li> </ul>

Analizar el abastecimiento de la materia prima para la realización del producto terminado.	MATERIA PRIMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plantas por hectárea.</li> <li>• Litros de savia para miel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> <li>• Entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores</li> <li>• Proveedores</li> </ul>
--	---------------	---	--	--

**Tabla 1. Matriz de relación**  
Elaborado por: La autora

## 7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				RESPONSABLE
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>CAPÍTULO 1 : MARCO TEÓRICO</b>																					Génesis Stefania Alarcón Vega
Investigación de mercados																					Génesis Stefania Alarcón Vega
Definición																					Génesis Stefania Alarcón Vega
Aplicación																					Génesis Stefania Alarcón Vega
Componentes de la investigación de mercados																					Génesis Stefania Alarcón Vega









c) Otros

-Pasajes	\$40
-Gastos varios	\$80
<b>Subtotal</b>	<b>\$120</b>

Subtotal	500
Imprevistos (10%)	50
<b>TOTAL</b>	<b>550</b>

**Tabla 3. Recursos**  
Elaborado por: La autora

## 8.1. FINANCIAMIENTO

El total de los recursos invertidos para la elaboración del presente proyecto será la suma de \$550 (Quinientos cincuenta dólares con cero centavos), que serán financiados en un 100% por la autora.

## 9. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Cegarra Sánchez, J. (2012). *Los métodos de investigación*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Martínez González, R. (2007). *La investigación en la práctica educativa: guía metodológica de investigación para el diagnóstico y evaluación en los centros docentes*. Madrid: FARESO.
- Rodríguez Moguel, A. (2005). *Metodología de la Investigación*. Villahermosa.
- Ángel, F. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid: Esic editorial.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: PEARSON EDUCACIÓN
- Mishkyhuarmy. (30 de 06 de 2015). Obtenido de Mishkyhuarmy: [http:// www.mishkyhuarmy.com/](http://www.mishkyhuarmy.com/)
- *FormatoDe.com*. (2010-2013). Obtenido de FormatoDe.com: <http://formatode.com/para/formato-de-ficha-de.php>
- Gil, M. E. (2011). *UNIRIOJA*. Obtenido de UNIRIOJA: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3693656>
- Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). *Administración estratégica*. México: 8Ed. Mexico. MacGraw Hill.
- Jesús, G. L. (2012). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Mexico: Pearson Educación.
- Ricardo, O. (s.f.). *nodo50*. Obtenido de nodo50: <http://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>
- Sarzosa, S. C. (01 de Enero de 2015). Gerente propietario comercializadora Fasapic Cia. Ltda. (A. M. Sanchez, Entrevistador)
- *Sin Embargo*. (19 de 05 de 2017). Obtenido de Sin Embargo: <http://www.sinembargo.mx/19-05-2017/3214296>
- Thompson Arthur, Stricland A.J. Gamble John (2008); . (2008). *Administración estratégica, Teoría y Casos*. . Mexico: 15 Ed. Mexico. MacGraw Hil.
- Yuni, J., & Urbano, C. (2006). *Técnicas Para Investigar 2*. Argentina: Editorial Brujas.

## 10. ANEXOS

ANEXO 10.1: Entrevista con la propietaria de la empresa “Mishky Huarmy”



ANEXO 10.2: Recolección de la materia prima por una de las mujeres que trabaja



### ANEXO 10.3: Presentación del producto



### ANEXO 10.4: Comunidad proveniente de la savia de agave



## ANEXO 10.5. Trade Map

ITC TRADE MAP  
Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas  
Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.

Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas del ITC Más Mrs. Stefania Alarcon Español

Producto: 170260 - Fructosa sólida y jarabe de fructosa, sin...  
Mundo País Todos Grupo de productos: Ninguno  
Socio Todos Grupo de países: Ninguno  
otros criterios Importaciones Indicadores por país Grupo de socios: Ninguno

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2017  
Producto: 170260 Fructosa sólida y jarabe de fructosa, sin adición de aromatizante ni colorante, con un contenido ...

Tabla Gráfico Mapa Empresas Licitaciones públicas Datos IED Normas voluntarias

Descargar: línea por página: Por defecto (25 por página)

SA8	Importadores	Valor importado en 2017 (miles de USD) ↑	Saldo comercial 2017 (miles de USD) ↓	Cantidad importada en 2017	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) ↓	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2013-2017 (%) ↓	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2013-2017 (%) ↓	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2016-2017 (%) ↓	Participación en las importaciones mundiales (%) ↓	Distancia media de los países proveedores (km) ↓	Concentración de los países proveedores	Arancel equivalente ad valor aplicado por el país (%) ↓
	Mundo	1 036 755	-41 597	0	No medida		0	5	16	100	2 444	0,27	
	México ↓	420 484	-304 629	1 255 015	Toneladas	335	-2	2	6	40,6	1 624	1	0,7
	Filipinas ↓	124 862	-124 861	353 608	Toneladas	353	9	18	299	12	2 613	0,65	0,1
	Estados Unidos de América ↓	95 689	366 904	84 965	Toneladas	1 129	-3	-5	10	9,2	2 012	0,63	0,1
	Indonesia ↓	52 190	-51 737	134 899	Toneladas	387	16	26	18	5	4 771	0,91	0
	Canadá ↓	51 603	-33 623	135 932	Toneladas	380	0	4	-18	5	1 616	0,77	0
	Viet Nam ↓	35 246	-35 239	0	No medida		-1		10	3,4	3 202	0,47	0,2
	Alemania ↓	27 171	-6 661	21 764	Toneladas	1 248	-9	-5	9	2,6	6 554	0,47	0,1
	Países Bajos ↓	20 515	-2 443	16 848	Toneladas	1 216	2	-10	-10	2	5 940	0,45	0,1
	Rumania ↓	17 973	-17 853	44 254	Toneladas	406	-16	-3	1	1,7	354	0,77	0,1
	Francia ↓	15 305	-11 812	11 464	Toneladas	1 332	0	2	-4	1,5	3 671	0,22	0,1
	Serbia ↓	13 586	-13 514	37 713	Toneladas	360	-9	5	8	1,3	409	0,52	0
	Italia ↓	12 380	-3 602	22 876	Toneladas	541	-5	1	-8	1,2	1 738	0,45	0,1

## ANEXO 10.6 Nota de página web sobre los beneficios de la savia de agave

← → C www.mishkyhuarmy.com

generación desde tiempos muy remotos, y es gracias a ellas que podemos disfrutar de este sirope tan especial.

Publicado en Sin categoría | Deja un comentario

### Beneficios para la Salud


Publicado el 30 Junio, 2015 por Mishkyhuarmy

El sirope de penco concentra las propiedades medicinales atribuidas tradicionalmente al "chaguarmishky" o savia del penco o *Agave americana* variedad andina, como:

- Disminuye el dolor en las articulaciones en casos de artritis
- Ayuda a asimilar el calcio en los huesos
- Medicinal para la gastritis
- Es un dulce apto para personas con problemas de azúcar en la sangre por su bajo nivel glicémico.

Esta última propiedad se la comprobó científicamente con el néctar de agave obtenido del *Agave tequilensis* (de dónde se obtiene el tequila) otra variedad diferente a la encontrada en el Ecuador. Sin embargo se ha podido comprobar esta propiedad por la cantidad de casos de gente con diabetes que ha consumido el sirope de penco sin ningún problema.

A continuación copio una cita encontrada en el libro: "Anti Cáncer Una nueva forma de vida" del Dr. David Servan-Sachreiber pág: 110.



## ANEXO 2. GUIA DE OBSERVACION Y ENTREVISTAS



Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador

Sede  
Ibarra

### ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

#### “ENCI”

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información para determinar la factibilidad investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN CAYAMBE.

**FUENTE:** Gabriela Bonifaz / propietaria de la empresa

INDICADOR	VALORACIÓN		
	SI	NO	OBSERVACIÓN
¿Qué tipo de tecnología utilizan?			
Los aparatos tecnológicos usados en la producción de la miel son adecuados.			
¿Cuál es la relación con las proveedoras en cuanto a tecnología?			

Tipo de tecnología para el sistema de inventario			
¿Qué red tecnológica utilizan para la distribución?			
La empresa tiene página web o redes sociales para dar a conocer sus productos.			
Los clientes pueden comprar a través de una página web.			

## **ENTREVISTA A PROPIETARIA DE LA EMPRESA**

### **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información para determinar la factibilidad investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

#### **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN CAYAMBE.**

**Entrevistado:**

**Pregunta: 1 ¿Cómo se constituyó la empresa “Mishky Huarmy” y propósito?**

**Pregunta: 2 ¿Cómo es la administración de la empresa y plan operativo?**

**Pregunta: 3 ¿Cuál es el volumen de producción de la empresa “Mishky**

**Pregunta 4: ¿Tiene un organigrama estructural de su empresa?**

**Pregunta 5: ¿Cómo se encuentra actualmente la oferta en el mercado interno de la savia de agave de la empresa de “Mishky Huarmy”?**

**Pregunta 6: ¿Cómo se realiza el proceso de compra de la materia prima y cada que tiempo hay materia prima disponible?**

**Pregunta 7: ¿Cada que tiempo se realizan las ventas de la savia de agave (miel) y el porcentaje de utilidad?**

**Pregunta 8: ¿Cuál es el costo de producción para la obtención del producto savia de agave?**

**Pregunta 9: ¿Cuál es el proceso de producción de la savia de agave (miel)?**

**Pregunta 10: ¿Qué tipo de empresa es “Mishky Huarmy”?**

**Pregunta 11: ¿La empresa lleva un control contable?**

**Pregunta 12: ¿Qué tipo de competencia interna ha identificado?**

**Pregunta 13: ¿Cuánto paga la empresa por la materia prima recibida?**

**Pregunta 14: ¿Cuáles fueron los motivos para la elaboración de la savia de agave (miel)?**

**Pregunta 15: ¿Actualmente pertenece usted a alguna asociación de productores de savia de agave (miel)?**

**Pregunta 16: ¿Ha participado en ferias internacionales o ha recibido apoyo de organismos internacionales?**

**Pregunta 17: ¿Cómo fue la experiencia obtenida una vez que participó en ferias internacionales?**

## **ENTREVISTA A COLABORADORA DE LA EMPRESA**

### **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información para determinar la factibilidad investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

**Entrevistado:**

**Pregunta: 1** ¿De qué manera entregan la materia prima a la empresa?

**Pregunta: 2** ¿En qué estado recibe la materia prima?.

**Pregunta 3** ¿Cuál es el tiempo de duración de la materia prima?

**Pregunta 4:** ¿Cómo reconoce la calidad de la materia prima para la elaboración de la savia de agave (miel)?

**Pregunta 5:** ¿Cuál es el proceso de producción?

**Pregunta 6:** ¿Cuánto y cada que tiempo recibe la materia prima?

**Pregunta 7:** ¿Cómo es el proceso de almacenamiento y cuidado de la materia prima una vez recibida?

**Pregunta 8:** ¿Cómo realiza el proceso de distribución del producto terminado?

## **ENTREVISTA A VENDEDORA DE LA EMPRESA**

### **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información para determinar la factibilidad investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

**Entrevistado:**

**Pregunta: 1 ¿A qué ciudades distribuye el producto?**

**Pregunta: 2 ¿Cuál es el volumen de ventas? (semanal y mensual)**

**Pregunta: 3 Actualmente ¿Cómo se encuentra la aceptación del producto en el mercado nacional?**

**Pregunta: 4 ¿Qué competencia encuentra en el mercado de la savia?**

**Pregunta: 5 ¿Cuáles son los clientes de mayor consumo? (nacionales o extranjeros)**

**Pregunta 6: ¿Cree usted que los precios de venta del producto están al alcance de los clientes?**

**Pregunta 7: ¿Piensa que es necesario implementar mayor publicidad del producto?**

## **ENTREVISTA A PROVEEDORAS DE MATERIA PRIMA DE LA EMPRESA**

### **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **“ENCI”**

**Objetivo:** Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información para determinar la factibilidad investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe.

### **ENTREVISTA A PROVEEDORAS**

**Proveedora :**

**Pregunta 1:** ¿Cuál es el lugar de extracción de la materia prima?

**Pregunta 2:** ¿Cada que tiempo realiza la extracción de la Savia?

**Pregunta 3:** ¿Ha identificado competencia en su trabajo?

**Pregunta 4:** ¿Cada cuánto tiempo vende la materia prima?

**Pregunta 5:** ¿Cuál es proceso para la extracción de la Savia?

**Pregunta 6:** ¿Qué porcentaje de su producción total destina para la empresa “Mishky Huarmy” actualmente?

**Pregunta 7:** ¿Podría usted abastecer a la empresa de mayor cantidad de materia prima en el caso de ser requerido para la exportación?

**Pregunta 8:** ¿Ha tenido alguna propuesta para abastecer a otra empresa?

**Pregunta 9:** ¿Cuántos litros de materia prima son requeridos para la obtención de Savia?

**Pregunta 10:** Para analizar el abastecimiento de materia prima ¿Cuántas plantas de penco caben por cada hectárea?

**Pregunta 11: ¿Cuáles son las características que debe tener el penco para proceder a su extracción para la elaboración del producto final?**

**Pregunta 12: ¿Cómo es la distribución de la materia prima?**

**Pregunta 13: ¿Ha recibido capacitaciones sobre el manejo de su cultivo?**

**Pregunta 14: ¿Pertenece usted a alguna asociación?**

## **ANEXO 3. ENTREVISTAS A FUTURO CLIENTE**

### **ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **“ENCI”**

Objetivo: Recopilar información con la finalidad de realizar el levantamiento de información para determinar la factibilidad investigar mercados para la exportación de savia de agave (miel) de la empresa “Mishky Huarmy” del cantón Cayambe-Ecuador.

#### **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SAVIA DE AGAVE (MIEL) DE LA EMPRESA “MISHKY HUARMY” DEL CANTÓN CAYAMBE.**

**Entrevistado:** Mr. Adam Williams

**Nombre del negocio:** Jonathan’s Fresh Market

**Dirección:** 860 Ocean Drive Miami Beach, FL 33139

**Teléfono:** (305) 397-8600

**¿Ha escuchado sobre la Savia (miel) de agave?**

Si, en Estados Unidos se comercializa esta miel que es muy famosa por su bajo índice glicémico que puede ser consumida incluso por diabéticos.

**¿Ha importado o comercializado algún tipo de alimento similar a la savia (miel) de agave de Ecuador?**

Si, actualmente el supermercado comercializa diferentes jarabes como sustitutos del azúcar por ejemplo el jarabe de maíz que es muy vendido acá en Miami, pero la miel de agave también se distribuye acá.

**Actualmente ¿Comercializa Savia (miel) de agave en su supermercado?**

Si, en el supermercado se comercializa esta miel.

**¿De dónde importa la Savia (miel) de agave?**

México

Ecuador

China

**¿Cuántas cajas de 24 unidades estaría dispuesto a comprar de savia (miel) de agave?**

10-30

30-50

60-80

Me interesaría recibir una pequeña cantidad de 20 cajas para empezar y ver cómo nos va para poder hacer una orden fija a medida que la demanda aumente.

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la caja de 40 unidades de 125ml?**

En la presentación de 125ml de acuerdo a los productos similares que se comercializa se puede proponer pagar \$11 por unidad.

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la caja de 40 unidades de 245ml?**

Para este caso se propone pagar \$14 por unidad.

**¿Cuál es la forma de pago que usted utilizaría?**

CRÉDITO

AL CONTADO

OTROS

Para empezar la relación comercial se propone pagar al contado, pero a medida que los pedidos aumenten puede ser acordado la forma de pago al contado a 15 días.

**¿Cuál es precio de este tipo de productos para el consumidor final?**

Actualmente se distribuye en la presentación de 245 ml, y se la comercializa al valor de \$20 por unidad.

**¿Cómo califica la competencia actual de la Savia (miel) de agave?**

EXCELENTE

BUENO

MALO

**¿Para usted, que influenciaría su decisión para cambiar de proveedor de este producto?**

PRECIO

CALIDAD

PUNTALIDAD EN ENTREGA

**¿Está interesado en recibir mayor información o publicidad acerca de Savia (miel) de agave ecuatoriano?**

Si, porque me gustaría empezar las relaciones comerciales y para ello es necesario que nosotros estemos informados para poder vender este producto al consumidor.

**¿Cuál es el medio de transporte que usted desearía que se le envíe el producto desde ecuador?**

AÉREO

MARÍTIMO

Para optimizar tiempo y tener el producto en el menor tiempo posible.

**Tiene algún comentario o sugerencia sobre el producto**

Nos gustaría recibir la mayor cantidad posible de información para saber y dar a conocer sus bondades nutricionales.

**La encuesta ha terminado**

**Gracias por su colaboración**

## ANEXO 4. FOTOGRAFÍAS

**Fotos** Penco



Hueco en el penco



**Fotos** Extracción



**Fotos** Recepción de materia prima



tomar el nivel de acidez del misque



**Fotos** Hervir el misque



Llevar misque a la evaporadora



**Fotos Envasado del producto**



**Fotos Diversas tonalidades de la miel de Mishky Huarmy**



**Fotos Producto terminado**



## Fotos Entrevistas



## Fotos Ferias

