



TRABAJO DE GRADO

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EXPORTACIÓN DE MEZCLA EN
POLVO DE HELADO DE YOGURT AL MERCADO DE QUITO DESDE NEIVA
ARTICULANDO LA ESTRATEGIA DEL E-COMMERCE**

WILLIAN ALEXANDER CASTELLANOS CARRASCAL

DIRECTOR

JHON JAIRO QUIMBAYA

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
DIRECCIÓN NACIONAL UDCII**

NEIVA - HUILA

16 noviembre del 2020



TABLA DE CONTENIDO

1.	RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA	8
	INTRODUCCIÓN	10
2.	JUSTIFICACIÓN	12
3.	ANTECEDENTES	14
4.	OBJETIVOS	16
4.1	Objetivo General	16
4.2	Objetivos Específicos	16
5.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	17
5.1.	Estudio Legal	18
5.2.	Estructura organizacional	19
5.3	Planeación Estratégica	19
5.4	Matriz DOFA	20
5.4.1	Estrategias Comerciales de la empresa Mozzafiato	22
5.4.2	Clasificación de la composición arancelaria	22
5.4.3	Normatividad aplicable para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general	23
5.4.3.1	Normatividad del país de origen- Colombia	23
5.4.3.2	Proceso aduanero para despacho ante DIAN	24
5.4.4	Normatividad del país Destino – Ecuador	24
6.	ANÁLISIS DEL MERCADO/COMPETENCIA-PLAN DE VENTAS/ MARKETING.	27
6.1	Metodología	27
6.1.	Fuentes de información Secundaria	27



6.1.2.	Población y muestra	27
6.1.3.	Técnicas e instrumentos para recolectar la información	28
6.1.4.	Técnicas e instrumentos para analizar la información	28
6.1.5.	Tipo de Estudio	28
6.2.	ESTUDIO DE MERCADO	31
6.2.1.	Producto	31
6.2.2.	Empaque y Embalaje	32
6.3.	Características del consumidor	33
6.4.	Aspectos Generales y Macroeconómicos de Ecuador	34
6.4.1.	Delimitación y descripción del mercado	34
6.4.2.	Idioma del país de destino	34
6.4.3.	Economía del país de destino	34
6.4.4.	Exportaciones del destino	35
6.4.5.	Clima y Estaciones del país de destino	36
6.5.	Análisis de la Demanda	36
6.6.	Análisis de la Oferta	38
6.7.	Análisis de Precios	39
6.8.	Sistemas de Comercialización	41
6.9.	Proyecciones de Mercado	41
6.9.1.	Proyección de la Demanda	41
6.9.2.	Proyección de la Oferta	44
6.9.3.	Proyección de Precios	46
6.9.4.	Sistema de Comercialización para utilizar	48
7.	PLAN DE OPERACIÓN	51



7.1	Tamaño	51
7.2.	Mercado	51
7.3.	Localización	52
7.4.	Financiamiento	52
7.5.	Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país destino	53
7.5.1.	Macro localización del país destino-Ecuador	54
7.6.	Desempeño Logístico	54
7.7.	Acceso Marítimo	55
7.8.	Acceso Aéreo	56
7.9.	Acceso Terrestre	57
7.10	Macro localización del país origen – Colombia	58
7.10.1	Desempeño logístico de Colombia	59
7.10.2	Acceso marítimo de Colombia	60
7.10.3.	Acceso aéreo de Colombia	60
7.10.4	Acceso fluvial de Colombia	60
7.10.5	Acceso ferroviario de Colombia	61
7.11	Micro localización de país origen	61
7.11.1	Acceso aéreo	62
7.11.2	Vías de comunicación	62
7.12	Ingeniería del proyecto (Logística): Proceso de Importación o exportación del bien o servicio, Proceso de Producción, Distribución de la planta y/o bodega	62
7.12.1.	Término de negociación para exportar	63
7.12.2.	Proceso de Exportación vía Terrestre Neiva, Quito	63



7.13.	Proceso de Producción	66
7.14.	Distribución y Ubicación de la Bodega	67
7.15.	Cálculo de inversiones: capital de trabajo, inversión fija, gastos operativos	68
7.15.1.	Capital de Trabajo	68
7.15.2	Inversión Fija	69
7.15.3	Gastos operativos	69
8.	PLAN FINANCIERO	72
8.1	Informe Financiero	72
8.2	Estados De Resultados	75
8.3	Flujo de efectivo	77
8.4	Análisis Del Punto De Equilibrio	79
8.5.	Indicadores financieros de liquidez y actividad	80
8.6	Indicadores de rentabilidad	81
8.7	Rentabilidad Operacional del Patrimonio.	83
8.8	Valor Presente Neto	84
8.9	Tasa Interna De Retorno	84
8.10	Cálculo VPN	85
9.	CONCLUSIONES Y LOGROS	86
10	BIBLIOGRAFÍA	90
	ANEXOS	94



AGRADECIMIENTOS

Agradezco sinceramente a la Universidad Antonio Nariño sede Neiva; a la facultad Ciencias Económicas y Administrativas, al programa de Comercio Internacional, al Vicedecano John Jairo Quimbaya y al profesor Manuel Campo, por el gran acompañamiento y asesoría prestada para el desarrollo de este trabajo y la enseñanza que nos brindaron cada uno de los profesores durante nuestra carrera universitaria.

Mi sincera gratitud a la coordinadora del diplomado de *E-commerce* Lady Bibiana Montaña y al profesor José por su apoyo, orientación de este proyecto, también a cada empresa, organización, institución que posibilitó este trabajo de investigación.



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por brindarme la fortaleza y capacidad de poder ejecutarlo, poder cumplir este proyecto tan importante para mi vida en el ámbito profesional y personal. De igual manera dedico el fruto de este esfuerzo a mis padres: Willian Castellanos y Sandra Carrascal, por su apoyo, comprensión y amor constante; y a mi esposo Carlos Andrés Henao por siempre ser un gran orientador y ejemplo para mi vida.



1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

La empresa Mozzafiato nació en la ciudad de Neiva, Huila, en el año 2018, dedicándose a la producción, comercialización y distribución de productos de mezcla en polvo para la preparación de helados suaves de Yogurt, por lo tanto, se realizó un estudio de prefactibilidad para la exportación de dicho producto desde el Departamento del Huila hacia la ciudad de Quito-Ecuador.

El nacimiento del plan exportador hacia la ciudad en mención, se dio por la necesidad de explorar y ampliar el producto local y nacional al mercado internacional, para así poder entablar estrategias comerciales e innovadoras y un mayor reconocimiento y posicionamiento de la marca, por medio de un producto de alta calidad; por lo cual se realizó un estudio de pre factibilidad, teniendo en cuenta la determinación del mercado objetivo, los requisitos legales, aduaneros, financieros y los posibles tipos de transportes para el desplazamiento del producto hacia su lugar de destino.

Para la difusión y comercialización del producto, se desarrolló una página web propia, creada con el fin de generar un mayor alcance, difusión y fácil acceso del producto a clientes y público en general, a través de esta plataforma *on line* se podrá solicitar las cantidades requeridas del producto o ponerse en contacto personalizado con el equipo de talento humano de la empresa.

Finalmente, este trabajo refleja las principales necesidades para poder ejecutar un plan exportador específico, como el que se encuentra en mención.

PALABRAS CLAVES: Estudio de prefactibilidad, Exportación, Producto, Mercadeo, Mezcla en polvo de yogurt, Logística Internacional, Comercio Electrónico, Proceso de Producción.



ABSTRACT

The Mozzafiato company was created in the city of Nerva, Huila, in 2018, dedicating itself to the production, marketing and distribution of powdered mix products for the preparation of soft Yogurt ice creams, therefore, a study of Pre-feasibility for the export of said product from the Department of Huila to the city of Quito-Ecuador.

The idea of exporting to the city in question was given by the need to explore and expand the local and national product to the international market, in order to establish commercial and innovative strategies and a greater recognition and positioning of the brand, through a high quality product; Therefore, a pre-feasibility study was carried out, taking into account the determination of the target market, the legal, customs, financial requirements and the possible types of transport for the movement of the product to its destination.

For the commercialization of the product, an own web page was developed, created in order to generate a greater reach, diffusion and easy access of the product to customers and the general public, through this online platform the quantities can be requested required of the product or get in touch with the company's human talent staff.

Finally, this study projects the main needs to be able to execute a specific export plan, such as the one in question.

KEY WORDS: *Pre-feasibility Study, Export, Product, Marketing, Yogurt Powder Mix, International Logistics, Electronic Commerce, Production Process.*

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo titulado: *“Estudio de Prefactibilidad para Exportación de Mezcla en Polvo de Helado de Yogurt al Mercado de Quito desde Neiva Articulando la Estrategia el E-commerce”*, es un estudio académico que busca identificar las probabilidades de éxito para este negocio. En este estudio se analizaron todos los factores requeridos para identificar si la exportación es viable y si para la empresa Mozzafiato (la cual es encargada de dicho proceso), resulta un negocio lucrativo o no; todo ello se ha efectuado haciendo uso de herramientas tecnológicas, articulando como estrategia el comercio electrónico, el cual permite visibilizar productos y establecer nuevos negocios para la empresa, a través de estas herramientas tecnológica *on line*, las cuales incrementan las posibilidades de encontrar un mercado (nuevos clientes nacionales y extranjeros) y concretar un negocio.

Así mismo, este proyecto se desarrollo teniendo en cuenta varios aspectos significativos; quizás el más importante de todos ellos es la situación coyuntural generada a causa de la pandemia del Covid 19, la cual ha irrumpido en el ecosistema global de forma apoteósica, obligando a las empresas a reinventarse y a buscar nuevas formas de desarrollo y expansión; sumado a ello se tuvieron presentes el estudio de mercado, el estudio técnico, estudios administrativos, legales y financieros; posibilitando establecer una hoja de ruta para que la comercialización on line de los productos de la empresa Mozzafiato, se desarrolle de manera óptima, generando con ello mayores rentabilidades y minimizando los riesgos a los cuales se puedan encontrar expuestos.

En ese sentido, el plan de negocio que se desarrolló para la empresa Mozzafiato, tiene como finalidad la comercialización física y on line, además de la exportación de los productos que la empresa ofrece a sus clientes, entendiendo que el negocio debe trascender el desarrollo web de su página, hasta lograr conectarse con las necesidades de sus compradores nacionales e internacionales, generando una maximización en los beneficios.



Es importante acotar que el sector de producción de helados suaves en mezclas en polvo se encuentra en expansión, siendo uno de los productos más vendidos según lo reportado por la tienda virtual más grande del mundo (Amazon, 2020); el reto actual se localiza en conquistar a los clientes (productores masivos o heladerías) los cuales requieren de los insumos para elaborar helados.

Se agrega que existen otros estudios que ratifican el interés de los clientes por consumir el helado como un producto comercial, en consecuencia son diversas las empresas de la geografía local y nacional que han generado dentro de su portafolio de servicios la venta del helado en múltiples y variadas presentaciones, (Aldana y lancheros, 2018) siendo así como en Colombia son muchas las empresas que están desarrollando nuevos procesos de producción de helado y con ello procesos de comercialización, siendo Mozzafiato una de ellas.

2. JUSTIFICACIÓN

Línea de investigación: Economía Internacional

En un entorno cada vez más globalizado y digitalizado, la incapacidad de una empresa, pequeña, mediana o grande, de tener la opción de que los clientes puedan realizar compras a través de una página *web*, impide o retrasa su consolidación y su posibilidad de entablar competencia con otras. Así, al momento de idear o pretender establecer una idea comercial, el comercio electrónico es una herramienta idónea e indispensable que incrementa el alcance de los productos a diferentes escenarios y geografías (locales, nacionales e internacionales); esto se basa en los beneficios que representa el comercio electrónico tales como el alcance global, la apertura veinticuatro horas, el ahorro en costos, la gestión automatizada de inventario, el *marketing* dirigido por láser y el dominio de mercado de nicho (E-commerce-platforms, 2020).

El comercio electrónico se vislumbra en la actualidad como una de las estrategias comerciales de mayor crecimiento y cuyos beneficios no solo se dirigen a las grandes corporaciones, también a las catalogadas como pequeñas y medianas empresas (Pymes), las cuales tienen la posibilidad de emplear diversas herramientas y aplicativos electrónicos para ampliar sus mercados, así como el impacto de sus productos o servicios sobre los clientes. Lo anterior se soporta en el estudio realizado por *EAE Business School* sobre la situación y perspectivas del comercio electrónico; según este “*se estima que el E-commerce minorista superará el 15% de la cuota del mercado global, acercándose a los 4.500 millones de dólares*” (Empresa Actual, 2020).

Igualmente, es necesario mencionar que la demanda de productos alimenticios atractivos, saludables, amigables con el medio ambiente y de fácil acceso para los clientes, posee un margen significativo en las estadísticas de demanda ecuatoriana, (Flores, Castillos, Bailón y Hormaza, 2017) según la cual en los últimos cinco años, es decir en los años comprendidos entre 2015 y 2019 la nación ecuatoriana importó un promedio de 204,200 Dólares



Americanos, reflejando con ello el interés de esta geografía por el consumo de este tipo de productos; lo cual posibilita que Mozzafiato tenga una excelente oportunidad de crecimiento y expansión con sus productos, haciendo uso del futuro de la economía global, la cual descarga todo su potencial en la era digital y con ella el desarrollo del *E-commerce*. No obstante, es de resaltar el primer paso como la consolidación en un entorno local al abastecer a heladerías regionales y nacionales que hacen presencia en la ciudad de Neiva, y el cual se dará en paralelo al estudio de prefactibilidad de la exportación de mezcla en polvo de helado suave de yogurt y cuyos resultados serán la base de un reconocimiento en el mercado internacional.

La pertinencia del proyecto se encuentra establecida en la necesidad de establecer nuevas formas de negocio que beneficien el crecimiento empresarial del sector local, generando la expansión del negocio propuesto al mercado internacional, para con ello no depender de un solo mercado o de un solo sector de clientes; de igual manera se aclara que la propuesta es pertinente porque es acorde a una situación real e inmediata, la cual tiene en consideración situaciones pandémicas emergentes como la generadas partir de la aparición del Covid 19. Sumado a ello, la propuesta es significativa porque abre un espectro para la generación de nuevos empleos beneficiando con ello la difícil economía que atraviesa el mundo actual y de manera específica la región Surcolombiana.

Finalmente se agrega que la pertinencia y la viabilidad del proyecto están configuradas en la capacidad de posicionar un negocio dentro del mercado internacional, generando alianzas estratégicas con empresas extranjeras para la reducción de costos en los procesos de producción, difusión y comercialización, aprovechando todos los recursos tecnológicos brindados por la tecnología actual; la viabilidad del proyecto de negocio se encuentra apoyada en la capacidad de acceso y conectividad a información a otras empresas y a los recursos indispensables para ejecutar el proyecto, tales como, el acceso a transporte terrestre, el apoyo legal y el fácil acceso al mercado comercial ecuatoriano. Por último, el desarrollo de este negocio contribuye de forma significativa a los procesos de investigación académica generados por el programa Comercio Internacional de la Universidad Antonio Nariño.

3. ANTECEDENTES

En un mundo cada vez más interconectado y globalizado, se han venido generando cambios importantes en la forma en la que se distribuyen y comercializan productos y servicios, especialmente en el mercado *on line*, y esto también aplica para las empresas productoras de helados; los investigadores afirman que solo las empresas que logran evolucionar con la demanda del mercado pueden llegar a mantenerse vigentes y generar grandes utilidades. (Pimiento, 2013).

Algunos estudios afirman que:

(...) Los cambios en la economía mundial han llevado a que las empresas que tienen como objetivo fundamental el crecimiento, dirijan su mirada hacia los mercados extranjeros, pues la globalización como fenómeno económico y social presenta una amplia gama de posibilidades y proporciona el contexto para que ese propósito se alcance. (Puerto, 2010).

Dentro de las experiencias colombianas también se cuentan con algunos antecedentes de creación y de exportación de productos, como es el caso de la empresa Helados Colombia S.A.S, ubicada en el barrio Taminaca de la ciudad de Santa Marta, dedicada al comercio al por mayor de productos alimenticios, con participación en el nivel terciario; la empresa en cuestión elaboró un helado exótico a base del fruto del níspero, endulzado con ingredientes naturales (Yacón), dentro de la idea comercial de la alimentación saludable.

Para desarrollar el proceso de exportación, lo primero que realizó la empresa fue elaborar un estudio dentro del sector nacional, soportado en documentación e información de entidades como el Banco Mundial, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, La Revista Dinero y la Revista Portafolio, entre otras fuentes; según este estudio, los países idóneos y con mayor índice de rentabilidad para el consumo de helado son Canadá, Japón y Estados Unidos, ya que estos son países que tienen preferencia por los helados saludables y la sostenibilidad; finalmente el helado de níspero logró entrar en el mercado norteamericano,



compitiendo con marcas muy reconocidas y de una gran trayectoria tales como: Breyers, Turkey Hill, Blue Bell, Private Label y Ben & Jerry's, este estudio también logró identificar que los mayores consumidores de helados son la población entre los 14 y 64 años, en donde cada persona puede consumir hasta 23,20 cuartos de helado por año.

El proceso de exportación de este proyecto fue desarrollado por ruta marítima, desde Santa Marta hasta el puerto de Nueva York, tramitando la documentación necesaria y todos los soportes técnicos y protocolarios requeridos. (Garzon, Pérez y Zapata, 2019).

Teniendo en cuenta todo lo anterior, formuló la siguiente pregunta de investigación.

Pregunta de investigación: ¿Es factible el proceso de exportación de mezcla en polvo de helado suave de yogurt desde Neiva (Huila) hacia el mercado de Quito (Ecuador)?

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

- Realizar un estudio de prefactibilidad para la exportación de mezcla en polvo de helado suave de yogurt a la ciudad de Quito, Ecuador desde la ciudad de Neiva, Huila.

4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado teniendo en cuenta los canales de distribución y marketing.
- Elaborar un análisis de costos detallado con el fin de establecer niveles de rentabilidad para la comercialización de productos *on line*.
- Analizar y elegir el medio de transporte más eficiente para la construcción de una estructura logística de exportación hacia Quito, Ecuador.
- Determinar la viabilidad financiera y la rentabilidad en la exportación a través del *E-commerce* de la mezcla en polvo de helado suave de yogurt, desde Neiva hacia la ciudad de Quito.



5. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

A inicios del año 2018, los propietarios de la empresa Mozzafiato realizaron un viaje al continente Europeo, específicamente a la ciudad de Roma, Italia, allí identificaron y experimentaron la pasión por un producto local conocido como el *gelato*; este producto es consumido por millones de locales y turistas que visitan Italia durante todo el año, los gelatos son helados de diferentes sabores servidos en un vaso o en un cucurucho de galleta, que tiene un costo que oscila entre los tres y cinco euros; este fue el punto de partida para crear una empresa huilense, con estándares de calidad como los italianos, unos meses después la empresa Mozzafiato fue creada legalmente, bajo la figura de persona natural comerciante, en la ciudad de Neiva, Huila, estando encargada de la producción, comercialización y distribución de productos de mezclas en polvos para preparar helados suaves de yogurt; como su nombre lo indica *Mozzafiato* hace referencia a una expresión italiana que significa: “Asombroso” ya que se buscó que los clientes tuvieran una experiencia asombrosa y positiva al momento de consumir el helado.

Desde el comienzo de las actividades se dio inicio con dos empleados encargados del direccionamiento, manejo de la producción y distribución del producto, con un capital muy limitado para poder ejecutarla, desde el inicio se quiso incursionar en el desarrollo de las tecnologías de información invirtiendo un rubro en la creación de su propia página web, para que su comercialización fuera tanto física como *on line*, lo cual consiguió una visibilización importante en el mercado local, abasteciendo algunas heladerías de la ciudad; sin embargo, como en todos los negocios nacientes, se presentaron diferentes dificultades que hicieron complejo una labor más rápida de posicionamiento; se inició con un capital de inversión propio \$ 39.900.000 de pesos en moneda colombiana, los cuales estuvieron dirigidos a comprar insumos, materiales, maquinaria, pagar asesoría profesional, diseño implementación y dominio de la página web empresarial. Todo ello debido a que los propietarios de la empresa tenían la intención de no hacer usos de préstamos financieras a entidades bancarias o sociedades.



Actualmente, habiendo transcurrido dos años desde su creación la empresa Mozzafiato, se encuentra en la búsqueda constante de perfeccionar sus procesos, tanto de producción como en la comercialización y distribución, para brindar una respuesta oportuna a las necesidades de sus clientes, quienes no solamente buscan un producto de excelente calidad, también agilidad en las diferentes etapas, comunicación directa y precios asequibles. Todo esto se convirtió en los pilares fundamentales de la compañía pues, a pesar de ser una empresa con un capital limitado, desde su origen se ha encontrado en la búsqueda de la innovación y el uso de herramientas tecnológicas aplicadas al manejo de la información y a partir de esto, llegar a distintos mercados internacionales, con lo cual se pretende conquistar el agrado de los clientes, un posterior crecimiento, consolidación de la empresa, la generación de nuevos empleos, el uso de elementos renovables y amigables con el medio ambiente, que redunden en el beneficio de la economía de la región.

5.1 Estudio Legal

La empresa Mozzafiato se encuentra legalmente constituida en la cámara de comercio de la ciudad de Neiva -Huila, registrada como persona natural comerciante, la cual se define como aquella que ejerce dicha actividad de manera habitual y profesional a título personal. Dicha persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce. (CCB, 2020).

Para llevar a cabo este proceso la empresa cumplió de manera integral con la presentación de cada uno de los documentos requeridos para llevar a cabo el proceso de registro, estando dentro de ellos:

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario RUT.
- Formularios disponibles en las sedes de la CCB.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RÚES)
- Carátula única empresarial y anexos.

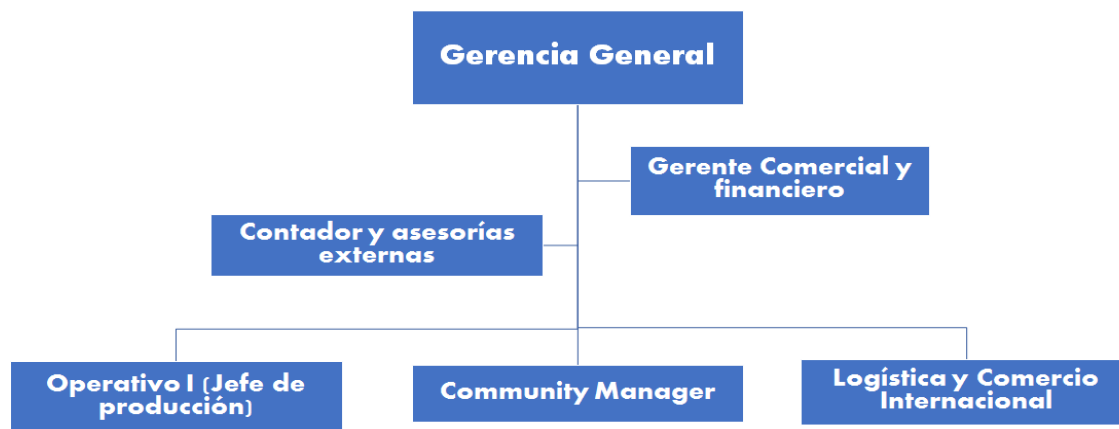
De esta forma para el año 2018 la empresa Mozzafiato quedó legalmente constituida.

Es importante aclarar que la empresa Mozzafiato se encuentra registrada como empresa exportadora, para así, poder realizar el estudio de prefactibilidad para la exportación de la mezcla en polvo de helado de yogurt desde la ciudad de Neiva, hacia la ciudad de Quito, Ecuador.

5.2 Estructura Organizacional

A continuación, como se aprecia en la Figura 1, se desglosa la estructura organizacional de la empresa Mozzafiato.

Figura 1. Estructura Organizacional de la empresa Mozzafiato



Elaboración Propia

5.3 Planeación Estratégica

a. Misión

Mozzafiato es una empresa dedicada a la producción, comercialización y distribución de mezclas en polvo para la preparación de helados suaves, reconociéndose en el mercado por el excelente servicio al cliente y la alta calidad de sus productos.

b. Visión

Para el año 2025, Mozzafiato será la empresa de helados de mayor reconocimiento en el Departamento del Huila, identificándose por su excelente servicio al cliente, innovación, y alta calidad de sus productos.

c. Principales valores Institucionales de la Empresa Mozzafiato

A continuación, se presentan los valores empresariales que fundamentan la empresa Mozzafiato:

Figura 2. Valores Institucionales Empresa Mozzafiato



Elaboración propia

5.4 Matriz DOFA

Dentro del proceso de análisis y evaluación, teniendo como punto focal a la empresa Mozzafiato se tiene que esta al ser una organización muy joven en el mercado local, presenta debilidades y también amenazas; a continuación, se presenta en detalle el desarrollo de una rúbrica de análisis conocida como la matriz DOFA.

Tabla 1. Matriz DOFA Empresa local Mozzafiato.

<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Página web propia. 2. Precio asequible para los clientes. 3. Calidad del producto. 4. Garantía del producto. 5. Reconocimiento de la marca en el mercado local. 6. El producto tiene un año de vigencia o de vencimiento. 	<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo innovador en el manejo de la página web. 2. Apertura de nuevos negocios en el mercado nacional e internacional. 3. Ser reconocido fuera de la esfera local a través de la presencia de redes sociales y otras plataformas online.
<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poco personal para la producción del producto. 2. Bajos volúmenes de producción. 3. Inexperiencia en procesos de exportación. 	<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competidores en el mercado. 2. Precios fluctuantes de la materia prima. 3. Competencia de empresas que ofrecen productos similares. 4. Cambios socioeconómicos negativos. 5. Situaciones de emergencia sociales y económicas surgidas a partir de la aparición del Covid 19. 6. Hackeo de la página web. 7. Precios más bajos de la competencia.

Elaboración propia

5.4.1 Estrategias Comerciales de la Empresa Mozzafiato

Teniendo en cuenta la realidad contextual que circunscribe a la empresa Mozzafiato y una vez realizado el análisis de la matriz DOFA, se presentan las siguientes estrategias comerciales a implementar:

1. Desarrollo óptimo de la página web, dinámica, clara, y con contenido actualizado.
2. Comunicación directa con los clientes, clara, rápida y efectiva.
3. Habilidad en la logística nacional e internacional y el transporte para una entrega oportuna.



4. Desarrollo de estudios de factibilidad para la exportación de los productos al mercado internacional.
5. Análisis de la competencia, reducción de precios o precios más asequibles para el cliente.
6. Durante el proceso de venta visibilizar la garantía del producto.
7. Contratar la cantidad de personal adecuado para cada proceso de producción y distribución.

5.4.2 Clasificación de la Composición Arancelaria

Como ya se dijo anteriormente, la empresa Mozzafiato se encuentra interesada en desarrollar procesos de exportación a los países vecinos y para ello es importante tener claro el requisito de la composición arancelaria del producto.

En la clasificación o composición arancelaria de los productos con fin de exportación, se debe identificar el producto de acuerdo con su composición. Esta posición arancelaria es indispensable para diligenciar los documentos requeridos por la DIAN y por el país de destino.

A continuación, se presenta una tabla ilustrativa en la que se especifican los códigos y los componentes que integran el producto distribuido por la empresa Mozzafiato, el cual como ya se ha dicho anteriormente es la mezcla en polvo para preparar helado suave de yogurt a base de leche. (Ver Tabla 2)

Tabla 2. Clasificación Arancelaria

<i>Sección: I</i>		<i>Animales vivos y productos del reino animal</i>
<i>Capítulo:</i>	04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte

Partida: 0402 Leche y nata (crema), concentradas o con adición de azúcar u otro edulcorante.

0402.10 - En polvo, gránulos o demás formas sólidas, con un contenido de materias grasas inferior o igual al 1,5% en peso:

Código: 0402.10.90.00 - Los demás.

Elaboración propia. Fuente: Tomada de la (DIAN, 2020)

5.4.3 Normatividad aplicable para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general

A continuación, se presenta la normatividad vigente y protocolaria para poder desarrollar procesos de exportación entre los países vecinos de Colombia y Ecuador.

5.4.3.1 Normatividad del país de origen- Colombia

Como se ilustra en la Tabla 3. Colombia requiere de manera puntual la presentación de los siguientes cuatro documentos para poder iniciar un proceso de exportación hacia Ecuador.

Siendo el más importante el certificado fitosanitario para la exportación; el cual garantiza la calidad y la salubridad del producto para la exportación.

Tabla 3. Normatividad de Colombia.

N.	DOCUMENTO	ENTIDAD
1	Rut como exportador	DIAN
2	Certificado fitosanitario para exportación	ICA
3	Certificado Invima	INVIMA
4	Certificado de exportaciones	INVIMA

Elaboración Propia

Fuente: (DIAN, 2018) (ProColombia 2018)

5.4.3.2 Proceso Aduanero para Despacho ante la DIAN

También es importante incluir la documentación requerida para efectuar el proceso aduanero para despacho ante la DIAN, lo cual, incluye los documentos enumerados en la Tabla 4.

Tabla 4. Documentos para el proceso aduanero para despacho ante la DIAN

Proceso Aduanero para despacho ante la DIAN
1. Factura Comercial
2. Lista de Empaque
3. Registro sanitario o visto bueno si lo requiere el producto
4. Documentación de transporte
5. Otros documentos exigidos por el producto va a exportar según su naturaleza

Elaboración propia

Fuente: Tomada de la DIAN (2018)

5.4.4 Normatividad del país de destino - Ecuador

La nación ecuatoriana en coordinación con sus organismos de control de procesos de exportación ha delegado a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE), como responsable del trabajo de supervisión de la información requerida para el ingreso de mercancía proveniente de Colombia, al territorio ecuatoriano.

Según la CAE, cada empresa que desee exportar sus productos debe presentar en sus oficinas la documentación sintetizada en la Tabla 5.

Tabla 5. Documentos e impuesto para efectuar procesos de exportación a Ecuador

DOCUMENTOS E IMPUESTOS DE LA CORPORACIÓN ADUANERA ECUATORIANA-CAE
Original o copia negociable del documento de transporte
Factura comercial original
Declaración andina de valor B (DAV)
Póliza de seguro
Tiempo de tramitación está estimado en 3 a 4 días

Elaboración propia.

Fuente: *Información tomada de ProColombia 2020*

De igual manera es pertinente traer a colación el listado de impuestos relacionados con la operación aduanera, los cuales son manejados de la manera en la que se especifica en la Tabla 6.

Tabla 6. Impuesto y Porcentajes- Exportación a Ecuador

IMPUESTO	PORCENTAJE (%)
AD- VALOREM (Arancel cobrado en mercancías)	10% sobre el CIF
FODINFA (Fondo desarrollo para la infancia)	0,55 del CIF
ICE (Impuestos a los consumos especiales)	5%
SALVAGUARDIA POR BALANZA DE	30% Y 35%



PAGOS	
IVA (Impuesto al valor agregado)	12% (CIF+ADV+FOD+ICE+SALVAGUARDIA)
Impuesto de salida de divisas	1% del CIF

Elaboración propia.

Fuente: Información tomada de (ProColombia 2020).



6. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA - PLAN DE VENTAS Y MARKETING

6.1 Metodología

En este capítulo se desarrolla el dispositivo metodológico usado para llevar a cabo el presente estudio de prefactibilidad

6.1.1 Fuentes de información secundaria

Para efectuar el estudio de prefactibilidad se hizo uso de un proceso de indagación en portales electrónicos altamente confiables (DIAN, ProColombia, TradeMap, Repositorios de investigaciones universitarias).

Para poder configurar el estudio académico con la información suministrada se hizo un ejercicio hermenéutico de interpretación de datos y gráficas teniendo en cuenta la información más relevante, actualizada y pertinente para este caso de estudio.

6.1.2 Población y muestra

La población objeto de estudio en el proceso de análisis de prefactibilidad para realizar la exportación es la nación ecuatoriana; sin embargo, la empresa Mozzafiato desea implementar un trabajo focalizado iniciando en la ciudad de Quito. Como muestra o unidad de análisis se escogió esta ciudad por ser la más poblada de Ecuador, ya que según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) se pone a disposición de la ciudadanía las proyecciones poblacionales a nivel cantonal hasta el año 2020. Según estos datos, Quito será el cantón con mayor número de habitantes, llegando a los 2.781.641. (Ecuador en cifras, 2020). En este orden de ideas esta ciudad se transforma en un escenario atractivo para los intereses comerciales de la empresa Mozzafiato, debido a que esta geografía es una ciudad tropical con una significativa afluencia de turismo y sumado a ello, con un interés gastronómico enorme evidencia en la gran variedad de ofertas alimenticias que tiene esta ciudad y en especial por los helados. (Mercado emblemáticos en Quito, 2015).

6.1.3 Técnicas e instrumentos para recolectar la información

Las técnicas e instrumentos de recolección de información fueron las fuentes secundarias, “la revisión documental u observación indirecta” (de información online, facturas, artículos de prensa, informes socioeconómicos, etc.); de igual forma se necesitaron una entrevista abierta semi estructuradas con personal conocedor de este campo de acción.

6.1.4 Técnicas e instrumentos de análisis de la información

Las técnicas usadas para realizar el análisis de la información son:

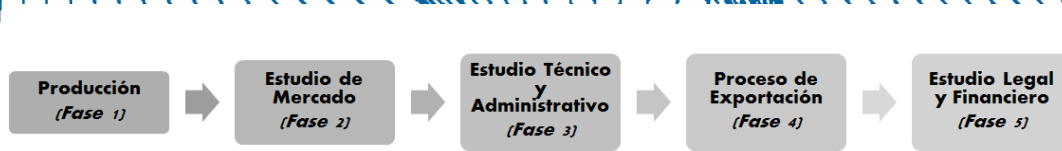
- *El análisis correlacional:* Esta técnica es exigente para este caso de estudio debido a que permite identificar si existe relación entre dos variables diferentes.
- *Visualización de datos:* Este proceso se realiza a través de la observación de gráficos e ilustraciones estadísticas, para este estudio se hizo uso de ello buscando entender las dinámicas económicas de las economías en mención.

6.1.5 Tipo de estudio

El dispositivo metodológico que se desarrolló para el proceso del estudio de pre factibilidad de exportación del producto, es una investigación de corte académico, la cual realiza un análisis a hechos y datos reales, tales como precios, cantidades y cifras (cuantitativas); la investigación tiene un enfoque interpretativo, ya que a partir de datos específicos se llega a inferir si la implementación del proyecto es viable o no; para ello, se usaron diferentes técnicas e instrumentos de recolección de información, tales como, revisión bibliográfica o documental, observación directa y aplicación de entrevistas abiertas a empresarios y personas conectadas con el campo de la producción comercial y la exportación.

El estudio de prefactibilidad está constituido por cinco fases diferentes las cuales están ilustradas en la Figura 3.

Figura 3. Fases del proceso - Estudio de prefactibilidad para la exportación del producto de la empresa Mozzafiato



Elaboración propia

Para llevar a cabo la anterior estructura es importante desglosar las fases del proceso de este, y así llevarlo a cabo.

Fase 1 Producción

Fuentes de información primaria y secundaria

Se analizó cómo se lleva a cabo la producción del helado como producto comercial en la ciudad de Nerva, se recolectó datos y la participación que tuvo este producto durante los últimos cinco años.

Fase 2 Estudio de mercado

- Para efectuar el estudio de mercado se tuvo en cuenta la revisión de antecedentes y diferentes factores que constituyen este campo de acción comercial.

Fase 3 Estudio técnico y administrativo

- Se realizó un análisis de macro localización y micro localización tanto del país origen como el país destino.
- Se ejecutó el cálculo de capital de trabajo, inversión fija, gastos operativos necesarios.
- Se desarrolló diferentes técnicas e instrumentos para recolectar dicha información

- Se utilizaron fuentes secundarias; investigaciones, documentales, textos y páginas web gubernamentales e institucionales y demás publicaciones o portales que nos sirvieron para la recolección de la mayor información posible.

Fase 4. Proceso de Exportación

Para el presente trabajo se propone que por medio de la empresa Mozzafiato se realice un estudio de prefactibilidad para la exportación de la mezcla en polvo de helado suave de yogurt a base de leche, donde se pueda incursionar en mercado internacional ecuatoriano.

Dentro de su objeto se incluye las importaciones de bienes e insumos para abastecer el mercado interno, o para transformarlos y exportarlos. (Ley 67 de 1979, reglamentada por el Dto. 1740 de 1994). (Juriscol, 2020)

En este orden de ideas el proceso de exportación se realizará en el siguiente orden:

1. Almacenamiento del producto.
2. Embalaje y carga del producto.
3. Transporte del producto.
4. Presentación de la documentación y protocolos de exportación en los centros de recepción del producto.
5. Verificación del producto recibido, calidad y estado de llegada-garantía-reclamos.

Fase 5. Estudio Legal y Financiero

- Se analizaron las principales variables económicas, la demanda, la oferta, las posibles amenazas, el perfil del consumidor y en términos generales todos los gastos económicos que configuran el proceso de exportación a Ecuador del producto de la empresa Mozzafiato.
- Con el estudio de prefactibilidad efectuado, se buscó establecer la viabilidad de la exportación del producto hacia la ciudad de Quito, Ecuador.

6.2 Estudio de Mercado

6.2.1 Producto

El producto elaborado por la empresa Mozzafiato, como su nombre lo indica, es: una mezcla en polvo de helado suave de yogurt a base de leche, este producto es elaborado en una máquina especial o “heladera” la cual se encarga de la etapa final, en la que el polvo de helado es mezclado con leche o con agua para crear el helado terminado.

Este tipo de helado une lo mejor del yogurt y sabores de atracción al público por (su cremosidad y su ligereza) con lo refrescante del helado, para hacer un producto atractivo y apto para todos. Su lanzamiento ha sido exitoso en la ciudad de Neiva, debido a que es natural, bajo grasas, probiótico (ayuda a regular el sistema digestivo) y no contiene gluten. (Hernández, 2020)

Figura 4. Mezcla en polvo para preparar helado suave de yogurt

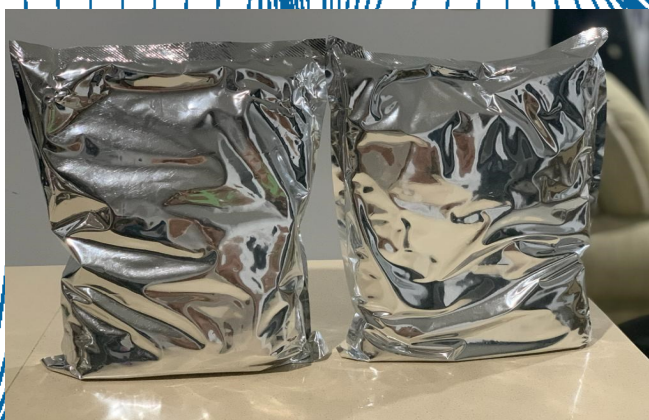


Fuente: Tomada de (Tetra Pak, 2020)

6.2.2 Empaque y embalaje

El empaque primario que se va a utilizar son las bolsas de tetra Pak gris metalizado, con capacidad de contenido neto de 1.200 g. Utilizar este tipo de empaque garantiza un producto inocuo y de alta calidad para el consumidor. (Contexto ganadero, 2015)

Figura 5. Bolsa Tetra Pak gris - Empaque Mezcla en polvo



Elaboración propia

El empaque terciario para la exportación del producto Mezcla en polvo de helado suave de yogurt, son cajas de cartón que pueden contener máximo 25 kilos y las medidas correspondientes son: 60 cm x 40 cm x 50 cm; por cuestiones de exportación y manejo de carga, cada caja contendrá en su interior 15 paquetes de mezcla en polvo de 1.200 g. Cabe resaltar que la norma internacional dice que las cajas para el manejo de carga deben pesar máximo 25 kilos. (ProColombia, 2019)

Figura 6. Empaque terciario



Fuente: Invervas 2020 venta de cajas de cartón

6.3 Características del consumidor

El cliente ecuatoriano se caracteriza por ser un consumidor abundante en productos atractivos al paladar y con gran caracterización y reconocimiento como lo es un buen helado, con exceso de consumo que brinde beneficios nutricionales. Por ello, tiende a concentrarse en el origen y calidad de los productos, sin ignorar el precio de este, orientando su consumo hacia los productos naturales. El multiculturalismo también influye en la corriente principal de los gustos de los consumidores. Muchos de los productos que antes solo se vendían a un nicho de mercado étnico ahora han sido ampliamente adoptados. Esto ofrece a los importadores de nuevos productos un mayor potencial de ventas en Ecuador (Mercado emblemáticos en Quito, 2015).

Ecuador depende fuertemente de las importaciones para impulsar el crecimiento económico, para satisfacer las demandas y necesidades, siendo un país desarrollado con apertura al comercio exterior la cual alcanzó los 108,4 miles de millones USD (2018) el PIB, obtuvo un PIB per cápita de US\$ 6.334,87 en 2018, su economía es el número 62 por volumen de su PIB. Su deuda pública en 2018 fue de 42.005 millones de euros, con una deuda del 45,78% del PIB. Su deuda per cápita es de 2.468€ euros por habitante.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en Ecuador es de diciembre de 2018 y fue del -0,4%. (Bank, 2020).

6.4 Aspecto generales y macroeconómicos de Ecuador

6.4.1 Delimitación y descripción del mercado

El mercado al que se quiere llegar con este producto es a la ciudad de Quito, la capital en Ecuador. Cuenta con una muy buena ubicación estratégica y acuerdo comercial con Colombia, estabilidad política y social además de un gran nivel de calidad de vida la cual la ha llevado a ser considerada una de las mejores ciudades de habla hispana para vivir en Latinoamérica. (Mercados emblemáticos en Quito, 2015).

Quito es una de las ciudades más turísticas de América Latina, anidada en un largo y estrecho valle andino, con las laderas del volcán Pichincha flanqueando todo su costado occidental, la ciudad es privilegiada por su espectacular entorno natural y por su buena disposición para el comercio extranjero (Quito, 2020).

6.4.2 Idioma del país de destino

Ecuador es un país multilingüe con predominancia del español (93,0% censo 2005), siendo el noveno país con mayor población hispanohablante. Con esta lengua conviven varias lenguas indígenas, siendo la mayor de estas el Quichua.

El castellano es el idioma oficial del Ecuador; el Kichwa y el Shuar son idiomas oficiales de relación intercultural. Los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas en las zonas donde habitan y en los términos que fija la ley. El Estado respeta y estimula su conservación y uso. (Art. 2 de la Constitución 2008). (FamilySearch, 2018)

6.4.3 Economía del país de destino

Según lo muestran los datos del Fondo Monetario Internacional, hasta el año 2017 la economía total de Ecuador asciende a los 108.177 millones de dólares. Dividiendo este Producto Interno Bruto por la cantidad de población que tiene Ecuador (más de 16 millones

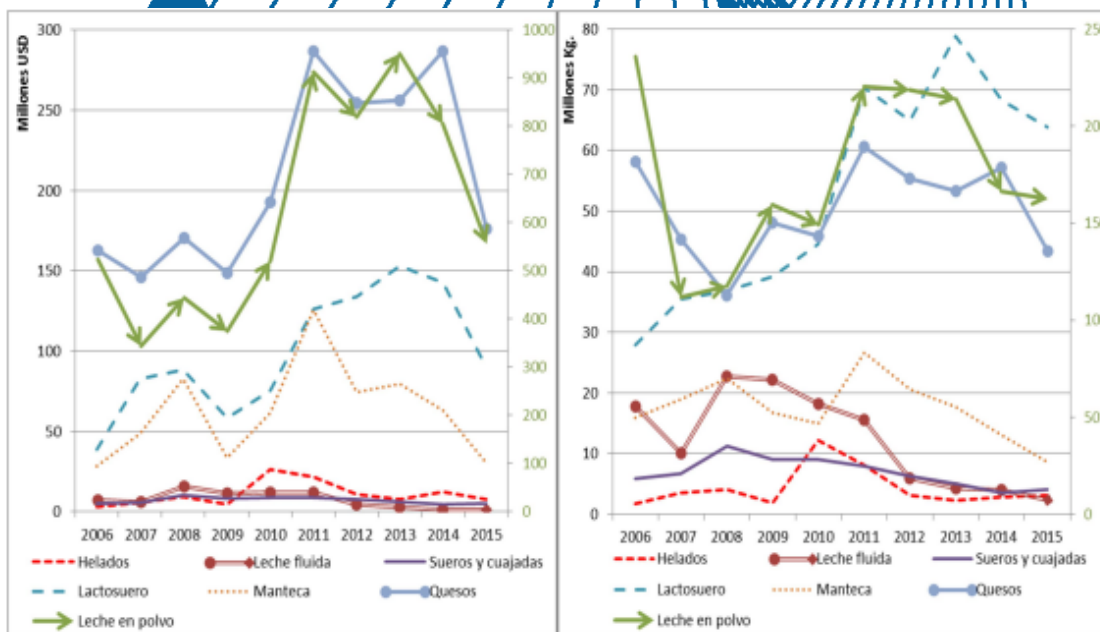
de habitantes), muestran el resultado de que el país posee una PIB per cápita de 5.848 dólares (en nominal) y un PIB per cápita de 11.263 dólares (en PPA). (Economía de Ecuador, 2020)

6.4.4 Exportaciones del país de destino

En términos generales, las cantidades exportadas de helados han crecido a lo largo del periodo 2006-2015 a una tasa anual promedio del 60%, aproximadamente. Sin embargo, este crecimiento no ha sido homogéneo. Entre 2006 y 2009, dicha tasa anual promedio fue del 23%, y en 2010 las exportaciones tuvieron un salto exponencial, creciendo casi un 600% con respecto al año anterior; sin embargo, este volumen de exportaciones no se ha mantenido, y durante el periodo 2011-2013 decreció a razón anual del 40%, para luego volver a crecer en el periodo 2014-2015. (Javie, 2016).

En la figura 7, se detallan los valores exportados anualmente de productos lácteos, incluyendo los helados, desde el 2006 hasta el 2015. Los helados tuvieron una evolución estable, en términos comparativos, con un pico máximo en 2010. (Javie, 2016)

Figura 7. Valores exportados anuales de productos lácteos



Fuente: *Elaboración propia a partir de datos de Comtrade.*

Con respecto a la participación de las exportaciones de helados en la cantidad total de lácteos exportados, cuyo promedio para el periodo 2006-2016 ha sido de 1.44%, se puede afirmar que es similar solamente a la de suero de manteca (2,3%); y que sólo en 2010 logró tener una participación superior a la de dicho producto. Si se compara con el resto de los lácteos, su participación ha sido muy inferior, cuya mayor diferencia en participación de cantidades se da con la de la leche en polvo (1.44 versus 54%). Con respecto a la participación en el valor de las exportaciones, el helado participó en promedio durante 2006-2016 del 1,1% en la generación de divisas por parte de los lácteos, y en este caso ha sido superior a la de suero de manteca (2006-2016: 0.78%) y a la de leche fluida (2006-2016: 0,95%), indicando el mayor valor (unitario) de los helados con relación a estos dos productos.

6.4.5 Clima y estaciones del país de destino

Quito, Ecuador, corresponde a un clima subtropical de tierras altas, con características de continentalización que van desde climas áridos y templados hasta húmedos y fríos. Quito tiene dos estaciones; el verano con la estación seca de aproximadamente cuatro meses, de junio a septiembre, donde se presentan las temperaturas más altas; y el invierno que va desde los meses de octubre a mayo, con lluvias prolongadas. La ciudad siempre tiene un clima templado con temperaturas que van desde los 10 a los 27°C. (Clima Ecuador, 2020)

Debido a sus diversas regiones y por su ubicación en la misma línea ecuatorial, Ecuador constituye un excelente destino turístico durante cualquier época del año. No existen, como en otras latitudes, cuatro estaciones marcadas, sino que se alternan periodos lluviosos y secos. (Ecuador Explorer, 2020.)

6.5 Análisis de la Demanda

El helado es un producto que se proyecta para la exportación en el mercado mundial, por ser un producto apetecido y de gran valor en algunos sectores más que en otros (Tonato, 2018); no obstante, la creciente demanda de este producto ha generado alternativas de innovación y

sustitución de ingredientes en el proceso de elaboración. Para llamar la atención, siendo un punto de atracción hacia las personas como público objetivo. Por ello surgió la idea de crear la empresa Mozzafiato, la cual brinda la experiencia de degustar un helado elaborado a base de yogurt con frutas, explotando la idea de la alimentación saludable como alternativa natural.

El mercado nacional de helados tiene una característica muy importante que es la de ser un mercado estacional: es decir, no es común ver o escuchar a un heladero u observar a alguien consumiendo un helado durante tiempo de invierno, es aquí en donde salen a relucir los diferentes factores tanto de la demanda como de la oferta de helados. En este orden de ideas la geografía ecuatoriana es un espacio ideal para vender el producto, ya que como se dijo con anterioridad es una latitud cálida durante casi la totalidad del año, haciendo con ello factible la exhibición, distribución y comercialización del producto de la empresa Mozzafiato.

Sumado a todo lo anterior es importante traer a colación aquellos un referente estadístico importante, pertinente a los países que son mayores importadores del producto de mezclas en polvo en la esfera global, el cual se encuentra encabezado por China, México e Indonesia, estableciendo el top diez mundiales.

Tabla 7. Principales Importadores de Mezcla en polvo a nivel mundial / miles de Dólares Americanos USD

Importadores	Valor 2015	Valor 2016	Valor 2017	Valor 2018	Valor 2019
Mundo	7.031,472	6.177,8782	7.040,706	6.652,808	7.391,923
China	517,141	396,189	600,627	609,118	871,548
México	613,744	579,373	703,741	697,229	671,854
Indonesia	396,209	326,722	343,746	322,766	441,747
Filipinas	270,925	349,709	337,675	296,796	378,436

Malasia	379,648	284,158	289,986	261,703	298,413
Países Bajos	227,379	254,018	254,845	260,588	297,185
Argelia	331,733	249,241	388,259	310,801	276,143
Vietnam	200,012	167,409	192,210	172,339	247,289
Bélgica	168,636	169,349	154,112	142,940	222,814

Elaboración propia

Fuente: *Tomada de TradeMap, 2020.*

6.6 Análisis de la Oferta

La empresa Mozzafiato ofrece un producto para la elaboración del helado suave de yogurt en mezcla en polvo a base de leche, para proceso en frío, el cual tiene unas características importantes para los clientes.

La base permite que el producto final tenga una contextura fina y óptima. El contenido neto del producto es de 1.200g por bolsa o paquete, el cual al momento de ser preparado en las maquinas heladeras, tienen un rendimiento de 72 conos de 80 gramos por bolsa, el cual genera un 300% de ganancias. Lo cual resulta en un negocio bastante rentable para las personas que desean desarrollar su emprendimiento, las empresas regionales vendedoras de helados.

El producto no requiere mayores inversiones, ya que una vez ingresado en las maquinas heladeras, solo se necesita de tres litros de agua por paquete para producir el helado, el proceso dura aproximadamente cuarenta y cinco minutos, para que este quede en óptimas condiciones, es decir con la textura homogénea, sin grumos y adecuadamente mezclado.

Aunque existen diferentes marcas y franquicias nacionales e internacionales de helado en el departamento del Huila (Pepsi, Mimos, Ice Garden, Mangaia, Dolce Peccato, Salpi cream y

El Merengón) y de igual manera en la ciudad de Quito, Ecuador (Heladería Kikos, La Pecera, Dulce Placer, Soft Cream, Kapriccio, Helado sin Azúcar, Fontana). Este mercado es muy atractivo y posee una gran oferta y demanda, generalmente sus precios son paralelos y en el caso de ser diferentes no distan mucho uno del otro.

6.7 Análisis de Precios

A continuación, se detallan sus costos de producción por bolsa o unidad, discriminando el costo de cada uno de sus ingredientes (ver tabla 8).

Tabla 8. Análisis de gastos para la producción del producto de la empresa Mozzafiato por Bolsa de 1.200g.

N	PRODUCTO	PESO	COSTO KILO	COSTO GRAMO	COSTO TOTAL
1	Leche	550	\$ 14.171	\$ 14	\$ 7.794
2	Azúcar	400	\$ 2.080	\$ 2	\$ 832
3	Maltodextrina	30	\$ 5.556	\$ 6	\$ 167
4	Dextrosa	70	\$ 5.349	\$ 5	\$ 374
5	Helacream	21	\$ 26.725	\$ 27	\$ 561
6	Grasa	100	\$ 10.677	\$ 11	\$ 1.038
7	Gel	5	\$ 15.232	\$ 15	\$ 76
8	Lactosuero	50	\$ 4.840	\$ 5	\$ 242
9	Potasio	2	\$ 25.787	\$ 26	\$ 52
10	Crema Amer	84	\$ 23.205	\$ 23	\$ 1.849
11	Yogurt	4	\$ 56.637	\$ 57	\$ 220
12	Empaquetado-tetra	NA	NA	NA	\$ 80

	pack				
13	Etiquetado	NA	NA	NA	\$ 50
14	Embalaje	NA	NA	NA	\$ 7
	TOTAL	1.316	\$ 190.259	\$ 191	\$ 13.342

Elaboración propia.

Como se ha especificado el costo de producción por bolsa de 1.200g es de \$ 13.342 pesos en moneda colombiana, el costo de venta es de \$ 28.000 en la misma moneda, generando a la empresa Mozzafiato una ganancia de \$ 14.658 pesos, lo cual se considera un precio muy razonable (bajo costo), teniendo en cuenta la competencia y la calidad del producto.

Tabla 9. Diferencia Costo-Beneficio (ganancias).

Descripción	Valor
Costo de producción del producto por bolsa (1.200g)	\$ 13.342
Precio de venta del producto por bolsa (1.200g)	\$ 28.000
Ganancia del producto por bolsa (1.200g)	\$ 14.658

Elaboración propia

Ahora bien, para claridad del lector a continuación se detalla los costos de venta del producto por unidad, por decena, por centena y por unidad de millar; de manera puntual se hace la especificación de que la empresa actualmente no genera precios de oferta o descuentos, debido a que el precio ya es módico y a que Mozzafiato es una empresa naciente que no está en condiciones aún, de generar descuentos o precios especiales por debajo a los ya estipulados. (ver Tabla 10).

Tabla 10. Relación de precios del producto Mozzafiato

N	UNIDADES DE MEDIDA	VALOR EN PESO COLOMBIANO
1	Unidad	\$28.000
2	Decena	\$280.000
3	Centena	\$2.800.000
4	Unidad de Millar	\$28.000.000

Elaboración propia

6.8 Sistemas de Comercialización

Los sistemas de comercialización hacen referencia a aquellos procesos por los cuales atraviesa un producto para llegar al consumidor final, dentro de ellos se encuentran:

- *El canal directo:* No tiene ningún tipo de intermediario siendo el productor quien desempeña la mayoría de las funciones.
- *El canal detallista:* Contiene un nivel de intermediario llamado los minoristas.
- *Canal distribuidor:* Este canal tiene dos niveles de intermediarios, los mayoristas y los detallistas.
- *Canal bróker:* Contiene tres niveles de intermediarios, el agente intermediario, los mayoristas y los detallistas (Promonegocios.net, 2018).

6.9 Proyecciones de Mercado

Para el desarrollo de esta actividad se tuvieron en cuenta diferentes tipos de proyección entre ellas: la de demanda, la oferta del producto (exportación – importación), los precios y los sistemas de comercialización a utilizar. A continuación, se explicitan cada una de estas.

6.9.1 Proyección de la Demanda

Para poner en desarrollo de la proyección de la demanda se hace uso del reporte histórico de importaciones de la partida arancelaria del producto: 04.02.10.90.00. Todo eso se realiza con

el propósito de conseguir una variable que posibilite visualizar a futuro el comportamiento de la demanda en el mercado interno de destino.

Tabla 11. Listado del producto importado por Ecuador en el mismo nivel de agregación que el producto: 04.02.10.90.00.

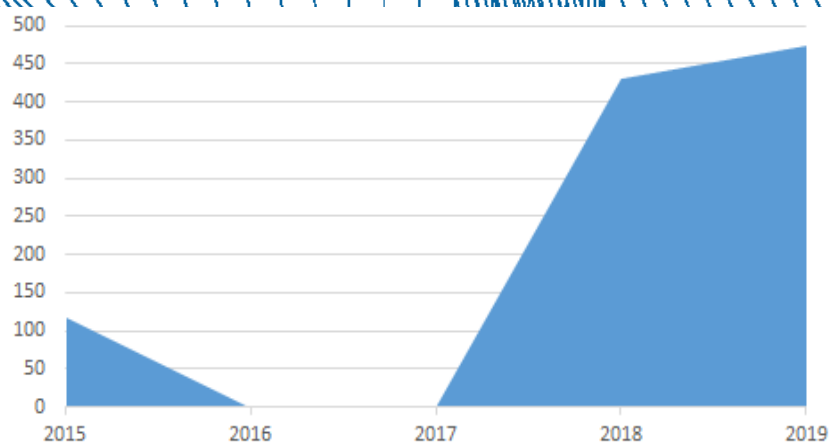
Año	Cantidad
2015	\$116 USD
2016	\$ 0 USD
2017	0 USD
2018	\$431 USD
2019	\$474 USD
Total	\$1.021 USD
Promedio	\$204,2 USD

miles de Dólares Americanos

Elaboración propia obtenida de TradeMap. (2020)

Como se aprecia en la Tabla 11, el producto importado tiene años en donde su nivel de importación es significativamente alto; sin embargo, es muy importante tener en cuenta que según registros históricos ofrecidos por *TradeMap* existen años en donde el nivel de importación aparece en cero, pese a ello, en los años posteriores si se aprecia un nivel de crecimiento positivo para la realización del negocio, siendo así como para el año 2019 se tiene que Ecuador importó un total de \$474.000 Dólares Americanos, generando un proyección positiva.

Figura 8. Ilustración de comportamiento de importación de Ecuador en los últimos años del producto 04.02.10.90.00



Elaboración propia

Fuente: *Tomada de TradeMap, (2020).*

La fórmula utilizada para proyectar el comportamiento de la demanda a futuro es la siguiente:

$$a = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y - \Sigma x + \Sigma xy}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} ; y \quad b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x + \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

A continuación, se realiza la proyección de la demanda del producto de la empresa Mozzafiato, haciendo uso del histórico de los valores anteriores.

Tabla 12. Proyección de la demanda en USD

Año	Proyección de importación por año
2020	\$548 USD
2021	\$662 USD

2022	\$777 USD
2023	\$891 USD
2024	\$1005 USD
2025	\$548 USD

Elaboración propia

Según la regresión simple empleada con los datos históricos, se muestra una tendencia positiva para los siguientes seis años en la demanda de la partida.

6.9.2 Proyección de la Oferta

Para llevar a cabo la proyección de la oferta del producto es indispensable conocer el histórico de producción de los últimos cinco años, que en este caso hace referencia a la cantidad de mezclas en polvo producidas por Colombia para llevar a cabo procesos de exportación hacia la nación ecuatoriana (ver Tabla 13).

Tabla 13. Histórico de las Exportaciones desde Colombia hacia Ecuador del producto

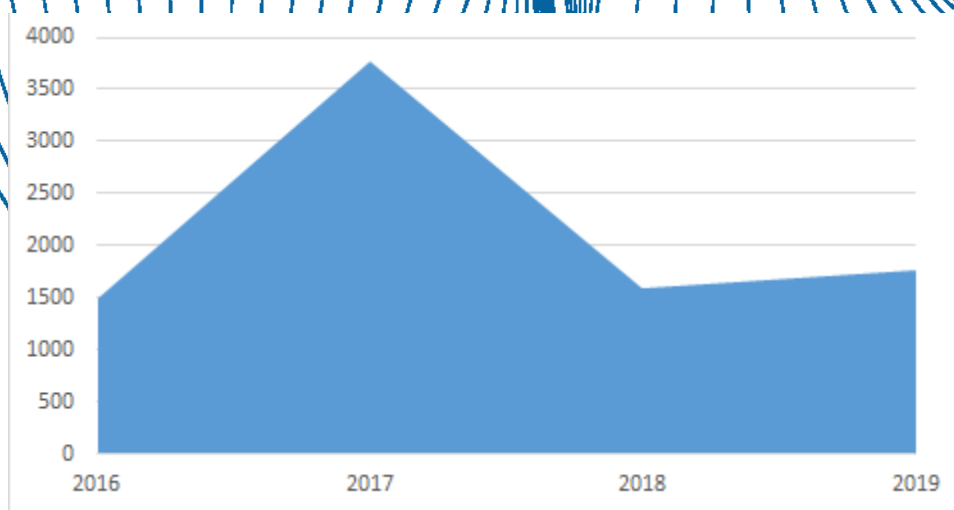
Año	Cantidad
2016	\$ 1.505 USD
2017	\$ 3.775 USD
2018	\$ 1.601 USD
2019	\$ 1.170 USD
Total	\$ 7.051 USD
Promedio	\$ 1.762,75 USD

miles de Dólares Americanos

Elaboración Propia a partir de Trade Map, (2020)

La información anterior posibilita la realización del siguiente Gráfico estadístico, a través de la cual se observa el comportamiento de la demanda interna de Ecuador, respecto al producto en mención, de lo cual se infiere que en comparación con otros productos las mezclas en polvo aún son un mercado incipiente en los mercados de importación y exportación de la nación vecina, sin embargo, se aprecia un comportamiento estable con algunos picos significativamente altos.

Figura 9. Comportamiento de la oferta del producto de mezclas en polvo



Elaboración propia

Fuente: *Tomada de Trade Map, (2020)*

Como se ilustra en el Figura 9, en el año 2017, ha sido el año con mayor nivel de importación de productos de mezcla en polvo de Colombia hacia Ecuador; sin embargo, luego de este, las cantidades de productos exportados retoman su tendencia habitual y se muestran estables en los años posteriores.

Ahora bien, la fórmula que se utilizará para proyectar el comportamiento de la demanda a futuro es la siguiente:

$$a = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y - \Sigma x + \Sigma xy}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} ; y \quad b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x + \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

Tabla 14. Proyección de la oferta en USD

Año	Proyección de importación por año
2020	1218
2021	900
2022	582
2023	264
2024	53
2025	324

Elaboración propia

Según la proyección anterior, se evidencia una tendencia creciente en producción, sin embargo, es merecer aclarar que esta se presenta como una tendencia incipiente, a partir de esto, se espera que la nación colombiana puede aumentar significativamente sus niveles de participación en el mercado extranjero, visibilizando sus productos nacionales y creando nuevos espacios de demanda para estos fuera del país.

6.9.3 Proyección de Precios

Para poder realizar la proyección de precios se hará uso del precio promedio del producto de la mezcla en polvo de helado de yogurt, durante los últimos cinco años.

A continuación, se puntualiza esta información.

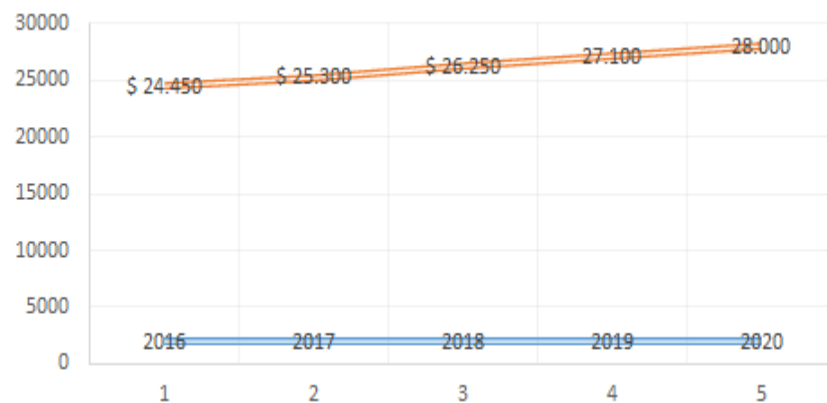
Tabla 15. Precio histórico del producto Mezcla en polvo de helado de yogurt

N	AÑOS	PRECIO POR PAQUETE 1200 g
1.	2016	\$ 24.450 Pesos colombianos
2.	2017	\$ 25.300 Pesos colombianos
3.	2018	\$ 26.250 Pesos colombianos
4.	2019	\$ 27.100 Pesos colombianos
5.	2020	\$ 28.000 Pesos colombianos

Elaboración propia.

A partir del histórico de precios de los últimos cinco años del producto se puede elaborar el siguiente gráfico ilustrativo (Ver Figura 10)

Figura 10. Histórico de precio del producto de Mezcla en polvo de helado de yogurt



Elaboración propia

A continuación, se proyectan los siguiente seis años haciendo uso de la fórmula de regresión simple y teniendo como base el reporte histórico del producto presentado anteriormente.

Tabla 16. Proyección de precio del producto de Mezcla en polvo de helado de yogurt

Año	Proyección de importación por año
-----	-----------------------------------

2020	\$ 28.000
2021	\$ 28.890
2022	\$ 29.780
2023	\$ 30.670
2024	\$31.560
2025	\$32.453

Elaboración propia

Como se evidencia en la tabla 16, los productos tienen una tendencia a un alza estable de precios de carácter anual, lo cual favorece positivamente a las empresa productoras y comercializadoras de la mezcla en polvo de helado de yogurt.

6.9.4 Sistema de Comercialización a utilizar

Dentro de los sistemas de comercialización propuestos por la empresa Mozzafiato se tiene dos formas de ventas, la física y la on line articulando la estrategia del *E-commerce*, todo ello a través de un canal directo que no contempla intermediarios.

El proceso pasa de productores mayoristas a minoristas hasta que queda en mano del consumidor final, para ese caso particular la empresa Mozzafiato hace entrega del producto al mayorista en el punto de entrega estipulado ubicado en dirección de destino en Quito, Ecuador.

Figura 11. Sistema de comercialización a utilizar la empresa Mozzafiato



Elaboración propia.

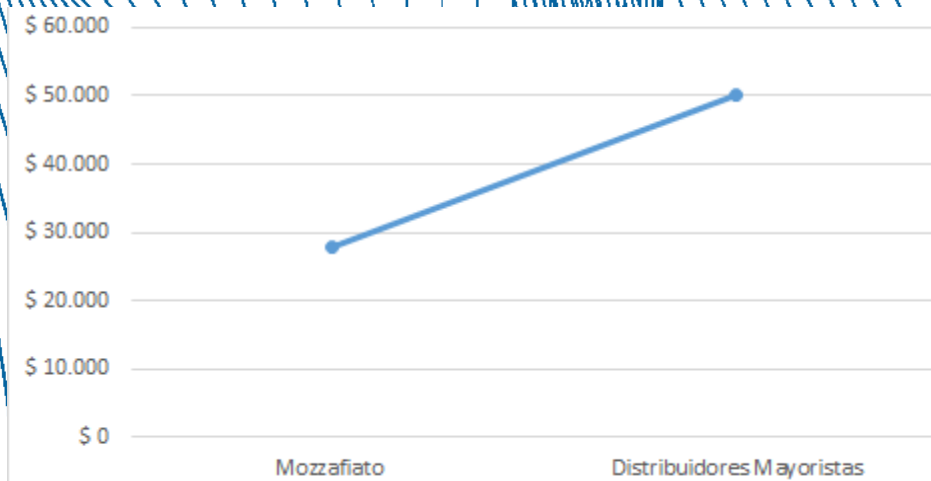
Ahora bien, para claridad del lector se especifica que una vez el producto esté totalmente terminado, empacado y etiquetado (para lo cual se utilizan bolsas de *Tetra Pak* empacadas al vacío con un contenido neto de 1.200g cada una, las cuales son organizadas en cajas de cartón rape de 25 kilos, con medidas de 60cm x 40 cm x 50cm, organizadas en grupos de 15 unidades por caja), para este proyecto, como ya se dijo anteriormente se utilizará el transporte terrestre, desde la compañía proveedora hasta las instalaciones de Mozzafiato donde se realizará el respectivo embalaje, posteriormente serán transportadas en un contenedor de 20 pies haciendo uso de un servicio de contratación de una empresa de transporte privado, la cual se compromete a entregar el producto en un tiempo no menor a veinticuatro horas en el lugar de destino estipulado en Quito. Una vez allí la mercancía será recibida por los representante delegados de las empresas compradoras o los intermediarios mayoristas, quienes se encargaran de vender u ofrecer el producto a los mercados minoristas, locales, para el posicionamiento en el mercado final, para ello, se han adelantado diálogos y negociaciones a distancia estableciendo costos de servicios y cotizaciones, buscando que Mozzafiato sea un empresa capaz de suplir el abastecimiento de la mercancía requerida para incursionar en el mercado quiteño, la relación entre proveedores mayoristas y minoristas se desarrollan de forma indirecta ya que ellos son los encargados de distribuir el producto de mezcla en polvo de helado suave de yogurt a los demás distribuidores minoristas, para lo cual como es obvio se echó un incremento de precio al brindado inicialmente por la empresa Mozzafiato.

Tabla 17. Por precio unitario y precio de los distribuidores mayoristas

N.	Eslabón de distribución	Precio
1.	Mozzafiato	\$ 28.000
2.	Distribuidores Mayoristas	\$ 50.000

Elaboración propia

Figura 12. Comportamiento del precio unitaria y precio de los distribuidores mayoristas



Elaboración propia

Cómo se aprecia en la figura 12, el margen de ganancia para los distribuidores mayoristas, es decir la diferencia entre el precio de adquisición y el precio de venta es de \$ 22.000 en moneda colombiana, por unidad de mezcla en polvo, es importante recordar que los gastos de agencia de aduanas, transporte internacional, seguro internacional, son asumidos por la empresa Mozafiato

7. PLAN DE OPERACIÓN

7.1 Tamaño

Quito, oficialmente San Francisco de Quito, es la capital de la República del Ecuador, de la Provincia de Pichincha y la capital más antigua de Sudamérica. Es la ciudad más grande y más poblada del Ecuador desde finales del año 2018, con 2 millones de habitantes en el área urbana, y aproximadamente 3 millones en toda el Área metropolitana. Además, es la cabecera cantonal del Distrito Metropolitano de Quito. Está ubicada sobre la hoya de Guayllabamba, en las laderas occidentales del estratovolcán activo Pichincha, en la parte oriental.

La ciudad está dividida en 32 parroquias urbanas. Quito es el epicentro político, económico, administrativo, artístico, deportivo y cultural de Ecuador. Alberga los principales organismos gubernamentales, administrativos y culturales. Además, la mayoría de las empresas transnacionales que trabajan en Ecuador tienen su matriz en la urbe. El helado suave de yogurt es un producto que está dirigido a toda la población, sin restricción de edad para el consumo.

7.2 Mercado

Frente al mercado que representada Ecuador se destaca que su PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Ecuador, en 2018, fue de 5.392€ euros, con lo que ocupa el puesto 94 de la tabla, así pues, sus ciudadanos tienen, según este parámetro, un nivel de vida muy bajo en relación al resto de los 196 países del ranking de PIB per cápita. (expansión, 2020)

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano (IDH), elaborado por las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva señala el nivel de vida de sus habitantes, indica que los ecuatorianos se encuentran en el puesto 87.



Si la razón para visitar Ecuador son negocios, es útil saber que Ecuador se encuentra en el 123º puesto de los 190 que conforman el *ranking Doing Business*, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

7.3 Localización

La localización del producto y de la empresa que gestiona su proceso de exportación se encuentra ubicada en el departamento del Huila, más exactamente en su capital Neiva, se busca hallar el punto más estratégico para la reducción de costos y gastos de la exportación que se realizará, analizando la micro localización del país de destino (Quito- Ecuador).

7.4 Financiamiento

Para el desarrollo y ejecución de este proyecto se buscó el financiamiento de diferentes instituciones públicas y privadas como son bancos financieros o instituciones que cuentan con campañas para el apoyo del empresario. A continuación, se nombran algunas de ellas.

Tabla 18. Entidades financieras.

ENTIDADES FINANCIERAS	ACTIVIDAD
FONDO EMPRENDER	Es un fondo de capital semilla creado por el gobierno nacional y que está adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Tiene como objetivo financiar iniciativas empresariales creadas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales.
BANCÓLDEX	Bancóldex es el banco para el desarrollo empresarial y el comercio exterior. Financia cualquier necesidad de crédito que tengan las empresas, con destinaciones para capital de trabajo, inversión fija, consolidación de pasivos y capitalización empresarial.

BANCOLOMBIA	Bancolombia es una organización financiera colombiana, que pertenece al Grupo Sura. Es el banco privado más grande del país, en lo que respecta a patrimonio y activos y es uno de los bancos más grandes de América. Tasa de interés desde 10,49% Efectiva Anual hasta 31,04% Efectiva Anual
INNPULSA	Es la institución del Gobierno Nacional para apoyar y promover iniciativas de negocio que puedan crecer de manera rápida, rentable y sostenida. Se enfocan en detectar y vencer los obstáculos que impiden el crecimiento de las empresas, en trabajar las barreras mentales que frenan el proceso creativo y en incentivar el desarrollo de las empresas en las regiones.
CÁMARAS DE COMERCIO	Las cámaras de comercio de cada ciudad tienen programas de apoyo, concursos y convocatorias destinadas a fomentar el emprendimiento, el comercio y la creación de empresas de distintos sectores

Elaboración Propia

Fuente: Tomada de (Rankia, 2020)

Para el desarrollo del proyecto en mención se ha tenido contacto con todas las organizaciones mencionadas con anterioridad buscando la mejor opción para ejecutar la financiación del proyecto, teniendo en cuenta factores como: los gastos operativos, el capital de trabajo y la inversión fija. Sin embargo, a la fecha, algunas de ellas presentaron una respuesta negativa, mientras que otras aún no han dado respuesta, motivo por el cual la financiación del proyecto de exportación a la ciudad de Quito se llevará a cabo con el presupuesto financiero de la empresa Mozzafiato.

7.5 Localización: macro- localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino

Como ya se ha dicho anteriormente el estudio de prefactibilidad se propone a ser desarrollado entre dos países destinos, a continuación, se explicita la macro localización y la micro localización de los países de Ecuador y Colombia.

7.5.1 Macro localización del país de destino - Ecuador

Ecuador se localiza en la costa noroccidental de América del Sur; limitando con Colombia por el norte. Las famosas Islas Galápagos pertenecen a Ecuador, y están ubicadas a aproximadamente 1000 kilómetros de la Costa. Este es el tercer país más pequeño de Sudamérica después de Uruguay y las Guayanas.

Ecuador es uno de los países con mayor diversidad geográfica del mundo. Ostenta cuatro regiones geográficas principales: el Oriente (la selva amazónica) al este, la Sierra (cordillera andina) en el centro, la Costa (costa pacífica) al oeste, y las Islas Galápagos al oeste de la línea costera. (Ecuador Explorer.com, 2020.)

7.6 Desempeño logístico de Ecuador

La calificación para el desempeño logístico es asignada de 1 a 5, en donde 1 es un desempeño muy bajo y 5 un desempeño excelente, como se puede apreciar en la tabla Ecuador se encuentra en un punto intermedio, es decir, el desempeño logístico de este país es de una calidad aceptable.

Tabla 19. Desempeño Logístico Ecuador

LPI	PUNTAJE 2,88	PUESTO 62
ASPECTOS EVALUADOS		
Eficiencia aduanera	2,80	47
Calidad de la infraestructura	2,72	69
Competitividad de transporte internacional de carga	2,75	80
Competencia y calidad en los servicios logísticos	2,75	70

Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	3,07	55
Puntualidad en el transporte de carga	3,19	75

Fuente: *Tomada de (ProColombia, 2020)*

Ecuador ocupa el puesto 100 en el ranking de competitividad en infraestructura entre 133 países participantes, según el reporte 2009-2010, que sobre este tema realiza el Foro Económico Mundial. (Legis Comex, 2016)

Según el informe, Ecuador tiene mejores calificaciones en vías asfaltadas, donde ocupa el 69° lugar; en infraestructura aérea, en el 73° puesto, y en líneas telefónicas, en la 78° posición.

De acuerdo con el Índice de Desempeño Logístico (LPI, por su sigla en inglés), Ecuador ocupa la posición 70 dentro de 150 países evaluados por el Banco Mundial (BM).

Este informe analiza siete grandes áreas entre las que se destacan eficiencia del proceso de tramitación por parte de las aduanas y otros organismos fronterizos, calidad de la infraestructura de transporte y tecnología de información para la logística, facilidad y costos de organizar cargamentos internacionales y puntualidad en arribo a destino de las mercancías.

7.7 Acceso marítimo

El sistema portuario de Ecuador lo conforman cinco puertos y diez muelles privados especializados en carga general y petróleo; Guayaquil siendo el principal puerto de Ecuador, maneja el 70% de las operaciones del comercio exterior del sistema portuario nacional, además existen otros puertos que se destacan como: La Esmeralda, La Manta y Puerto Bolívar. En la Costa Atlántica hay cuatro navieras con cinco servicios directos, cuyos tiempos de tránsito se pueden encontrar desde los seis días. La oferta se complementa con diez rutas

en conexión ofrecidas por cinco navieras con tiempos de tránsito de ocho días. Los transbordos se realizan en puertos de Panamá. (ProColombia, 2020).

Seguidamente, se presenta la Tabla 20, puntualizando los puertos de embarque y desembarque de Ecuador.

Tabla 20. Puertos de Embarque y Desembarque

PUERTO DE DESEMBARQUE	PUERTO DE EMBARQUE	CONEXIONES	TIEMPOS DE TRÁNSITO (DÍAS)
Guayaquil	Cartagena	Directo	6
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	10
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	10
	Buenaventura	Directo	2
Esmeraldas	Cartagena	Balboa-Panamá	6
	Barranquilla	Manzanillo-Balboa-Panamá	11
	Santa Marta	Manzanillo-Balboa-Panamá	10
	Buenaventura	Balboa-Panamá	8

Elaboración propia

Fuente: *Tomado de (ProColombia, 2019)*

7.8 Acceso Aéreo

La infraestructura aeroportuaria de Ecuador está compuesta por 428 aeropuertos, los cuales se encuentran ubicados a lo largo de su territorio, solo hay 105 aeropuertos que cuentan con la pista pavimentada y los otros 323 están sin pavimentar. Los dos aeropuertos con mayores soportes para el comercio de mercancías entre Colombia y Ecuador son el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo y el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre. En la

actualidad cuentan con más de cuatro aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Ecuador. En ciudades de Panamá se realizan las principales conexiones. (ProColombia, 2019).

Seguidamente se presenta la Tabla 21, en la cual se especifican las aerolíneas que prestan servicio de transporte Colombia- Ecuador.

Tabla 21. Conexiones de Aerolíneas prestadoras de servicio a Ecuador

AEROLÍNEA	CONEXIONES	FRECUENCIA
Avianca	Directo	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
	Directo	LU, MA, MI, JU, VI
Tampa Cargo	Directo	JU, SA
		LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
Copa Airlines	Panamá-Panamá	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
DHL Aviación	Panamá-Panamá	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
LAS	Directo	MI
		DO

Elaboración propia

Fuente: *Tomada de (ProColombia, 2019)*

*Nota: Aerolíneas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad – ProColombia. *La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias.*

7.9 Acceso Terrestre

Este tipo de transporte es el principal medio de conexión del país, ya que cuentan con muchas empresas logística que cubren todo el territorio nacional. (ProColombia, 2019).

El principal acceso a Ecuador desde Colombia se hace por la carretera Panamericana, la cual cruza todo el territorio ecuatoriano de norte a sur. Existen otras rutas como:

- *La vía Ipiales-Tulcán*, que pasa por el Puente Internacional de Rumichaca.

La infraestructura vial, está constituida básicamente por una carretera que bordea la costa, uniendo La Tola, Lagarto, Montalvo, Rocafuerte, Río Verde, Camarones, Tachina y San Mateo; otras vías son: Esmeraldas-Atacames-Súa-La Unión-Muisne; Esmeraldas-Rosa Zárate (Quinindé) con rumbo a Santo Domingo de los Colorados y Quito. (ProColombia, 2019).

7.10 Macro localización del país origen - Colombia

Ubicada en América del Sur, la República de Colombia tiene una superficie de 1.141.749 Km², con una población de más 45.5 millones, se posiciona en el puesto 29 de 196 países en la tabla de población mundial; su capital es Santa fe de Bogotá y su moneda es el peso colombiano (Datosmacro, 2020).

Colombia limita continentalmente con Venezuela al este, con Brasil al sudeste, con Perú y Ecuador al sur, y con Panamá al noroeste. De igual manera, el gobierno colombiano reconoce oficialmente como países limítrofes a aquellos con los que tiene tratados de delimitación marítima y submarina, tales como Jamaica, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, República Dominicana y Haití. Adicionalmente, hacen parte del territorio colombiano los archipiélagos de San Andrés y Providencia, el Rosario y San Bernardo, en el Caribe (Atlántico); y las islas de Gorgona, Gorgonilla y Malpelo, en el Pacífico. (Colombia, 2020). En el *ranking Doing Business*, Colombia ocupa el puesto 67 de 190 países, según este ranking clasifica a los países según la facilidad para poder negociar. (Cancillería, 2020)

Colombia participa activamente en organizaciones y comunidades internacionales en búsqueda de ayuda, cooperación, consolidación de tratados y negocios para el desarrollo

económico del país; Colombia se caracteriza por la exportación de bienes primarios y los bienes de consumo para el mercado interno. (ADR, 2020)

7.10.1 Desempeño logístico de Colombia

Según un artículo del Banco Mundial en el 2018, Colombia obtuvo un puntaje de 2.84 por desempeño logístico, entendiendo que su calificación es de 1 a 5, siendo 1 el más bajo y 5 el mejor desempeño. (ADR, 2020)

Tabla 22. Desempeño Logístico de Colombia

ASPECTOS EVALUADOS	TOTAL
Índice de desempeño logístico	2.94
Índice de competitividad y calidad de los servicios logísticos	2.8
Calidad de la infraestructura relacionado con el comercio y transporte	2.7
Eficiencia del despacho aduanero	2.6
Frecuencia de arribo de embarque al destinatario en el plazo previsto	3.2
TOTAL	2.84

Elaboración propia.

Fuente: *Tomado de BANK, (2020)*

Según los datos arrojados por el Banco Mundial se evidencia que Colombia cuenta con un desempeño logístico aceptable; aspectos claves como el despacho aduanero, la calidad en la infraestructura y en los servicios logísticos, son necesarios tenerlos en cuenta al realizar un plan exportador ya que son variables que influyen en las tomas de decisiones.

7.10.2 Acceso marítimo de Colombia

Colombia cuenta con la fortuna de tener una condición geográfica que le permite conectarse al Océano Pacífico y al Mar Caribe, esto hace que el transporte más usado para la entrada y salida de mercancías sea por medio marítimo, más del 90% de las exportaciones e importaciones se realiza por esta vía. (Cancillería, 2020)

El país cuenta con nueve zonas portuarias, siete de ellas en la Costa Caribe (la Guajira, Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Urabá y San Andrés, y dos en el Pacífico: Buenaventura y Tumaco. Destacan en la zona del Caribe). (Cancillería, 2020).

7.10.3 Acceso aéreo de Colombia

Colombia cuenta con nueve localizaciones específicas para el servicio aéreo de transporte de carga, siete de ellas en la Costa Caribe: la Guajira, Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Urabá y San Andrés, y dos en el Pacífico: Buenaventura y Tumaco. También se destacan otros puertos aéreos en la geografía nacional tales como; Matecaña en Pereira; Palonegro en Lebrija; Camilo Daza en Cúcuta, y Gustavo Rojas Pinilla en la isla de San Andrés. (Legis Comex, S.F. 2020)

7.10.4 Acceso fluvial de Colombia

Colombia tiene tres grandes sistemas fluviales, siendo estos:

- El del río Magdalena por el centro del país.
- El sistema oriental del río Orinoco y su tributario el Meta
- El sistema sur está compuesto por tres ríos que se unen en Brasil: el Amazonas, Putumayo y Caquetá.

De todos ellos, el más importante en cuanto a la economía del país, es el sistema del río Magdalena, tomando como medida el tonelaje transportado y la población servida. Desde los tiempos coloniales, este río ha servido como arteria de comercio y en gran parte, ha fijado la pauta para el establecimiento de importantes desarrollos.

Este tipo de transporte no se utilizará debido a las largas distancias, y a obtener ahorro de costos y fletes de transporte.

7.10.5 Acceso ferroviario de Colombia

La red ferroviaria está compuesta por un total de 2.180 km, de los cuales 1.610 km se encuentra a cargo de la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI) y 184 km pertenecen a dos tramos privados que corresponden a Belencito – Paz del Río y Cerrejón – Puerto Bolívar, estas vías ferroviarias son utilizadas principalmente para transportar materias primas como carbón y petróleo. (Legis Comex, 2020.)

Este tipo de transporte ferroviario no será implementado ya que no existe conexión entre los dos países.

7.11 Micro localización de país origen

Neiva está ubicada entre la cordillera Central y Oriental, en una planicie sobre la margen oriental del río Magdalena, en el valle del mismo nombre, cruzada por los ríos Las Ceibas y el Río del Oro.

Neiva no es solo el área urbana (la ciudad) sino un extenso territorio que va desde la Cordillera Central hasta la Cordillera Oriental. Dentro de sus límites hay otros centros poblados de primer Nivel (Urbanos): Fortalecillas, Caguán, San Luis, Guacirco, Vegalarga y San Antonio de Anaconia; y de segundo Nivel (Rurales): Piedra Marcada, El Cedral, El Colegio, San Francisco, El Triunfo, Peñas Blancas, La Mata, El Venado, Cedralito, Palacios, Pradera, Aipecito, Chapinero y Órganos. (Neiva-Geografía, 2020)

Su división política y administrativa se ha estructurado a partir de 10 comunas con 117 barrios y 377 sectores en la zona urbana y 8 corregimientos con 61 veredas y 21 sectores en la zona rural, con un área estimada de 4.594 y 150.706 Hectáreas respectivamente. Cada corregimiento está asociado a un centro poblado rural que se constituye en el epicentro de las



actividades económicas, culturales, sociales y políticas de la población circundante. (Neiva-Geografía, 2020).

7.11.1 Acceso aéreo

El aeropuerto principal del departamento del Huila se encuentra ubicado en la ciudad de Neiva, en la actualidad las aerolíneas las cuales están operando son LAN Colombia, Avianca, EasyFly, y Líneas Aéreas Suramericanas. El Aeropuerto Benito Salas no cuenta con servicio de transporte de carga internacional. Por el cual si la exportación se realiza de manera aérea se tendría que hacer llegar la mercancía a Bogotá y coordinar el proceso con la agencia de carga. (ADR, 2020)

Este medio de transporte no será utilizado, ya que el costo de flete es mas alto y no existe conexión directa.

7.11.2 Vías de comunicación

El departamento del Huila tiene una infraestructura vial adecuada, que permite el desplazamiento de mercancías de manera eficiente, en la entrada y salida del departamento por la concepción vial Neiva-Girardot. Hay 310 kilómetros entre Neiva y Bogotá que se deberán tener en cuenta si la exportación tiene que ser triangulada por Bogotá. Por otra parte, si la exportación se hace por el puerto de Cartagena, la mercancía tendría un tránsito nacional de Neiva a Cartagena de 1200 kilómetros. (Huila.gov.co, 2020).

7.12 Ingeniería del proyecto (Logística): Proceso de Importación o exportación del bien o servicio, Proceso de Producción, Distribución de la planta y/o bodega.

En esta parte del estudio se desarrolla el análisis del proceso de importación y exportación además de los términos y protocolos requeridos para llevar a cabo esto.

7.12.1 Término de negociación para exportar

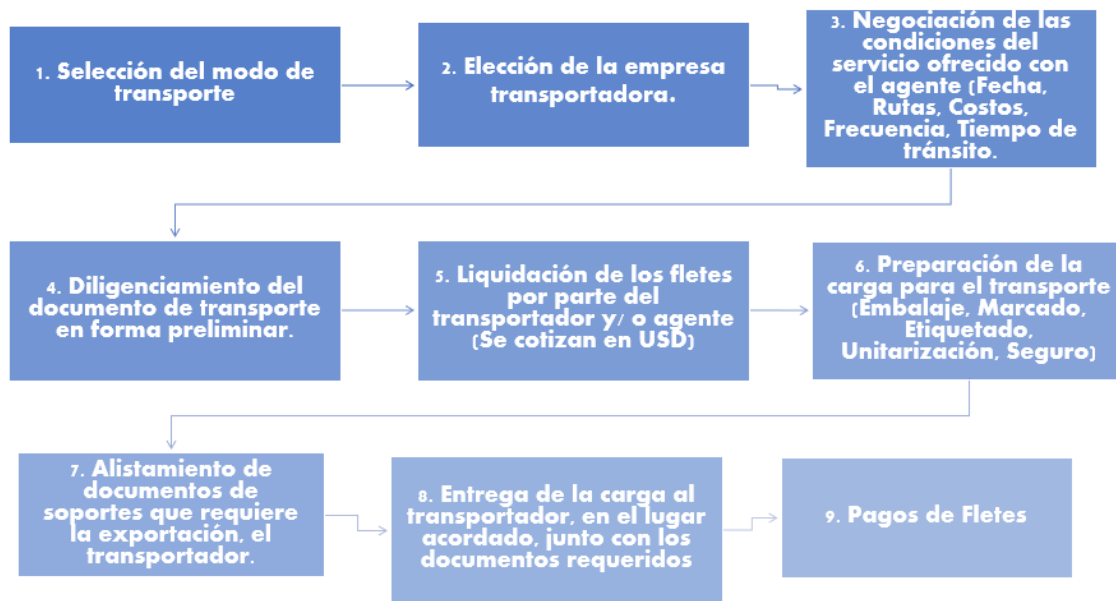
El término de negociación que se utilizará para este estudio de prefactibilidad de la exportación del producto de la empresa Mozzafiato (Mezcla en polvo para de helado suave de yogurt) será incoterm DAP

7.12.2 Proceso de Exportación vía terrestre Neiva, Quito

Para llevar a cabo el proceso de exportación de la empresa Mozzafiato, se debe efectuar un proceso logístico el cual considera diferentes factores; ahora bien, una vez realizado el análisis de costos y factibilidad del transporte del producto, al país de destino, se tiene que el medio más económico y viable es el sistema de transporte terrestre, debido a que no se cuenta con un servicio de carga ferroviaria Neiva- Quito; por vía marítima este proceso resulta impráctico y costoso. Finalmente, la vía aérea sería la más rápida, sin embargo, los costos sobrepasan los niveles de utilidad, por lo cual no es considerable esta opción.

A continuación, se ilustra el proceso de contratación del transporte terrestre el cual resulta ser el más práctico y factible para llevar a cabo el proceso de exportación del producto de la empresa Mozzafiato (Ver figura 13)

Figura 13. Proceso de exportación vía terrestre



Elaboración propia

Fuente: *Tomada de (Legis Comex 2019)*

Como se observa en la figura 13 el proceso en mención requiere de unas labores y costos específicos los cuales serán detallados a continuación:

1. Escogencia del sistema de transporte a usar, el cual como ya se dijo será el terrestre.
2. Contactar a la agencia de carga internacional la cual es la encargada de transportar el producto hasta el país de destino.
3. Encontrar la agencia aduanera, la cual se debe hacer cargo de trámites aduaneros y tributarios realizando un vínculo entre las dos empresas, donde deben presentar los siguientes documentos:
 - *Cámara de comercio.*
 - *Registro Único Tributario (RUT), donde se identifique como exportadora.*
 - *Certificación Bancaria.*
 - *Estados Financieros.*
 - *Estados de Resultados.*
 - *Formulario de Registro de clientes.*

- *Mandatos de poderes.*

Se debe tener en cuenta como se desarrollará la exportación, de acuerdo con las opciones que brinda la agencia de carga contratada:

1. Tipo de exportación: Exportación FCL
2. Tipo de contenedor: Contenedor de 20 pies
3. Ciudad de origen: Neiva - Huila
4. Ciudad de destino: Quito -Ecuador.
5. Recorrido nacional: Enviar la mercancía desde Neiva- Huila con destino a Quito Ecuador.
6. Establecer modo de pago: De contado
7. Documentación que debe realizar la empresa: Factura proforma, *packing list*, factura con valor comercial.
8. Paletizar la mercancía: Para esta exportación se necesitan 10 pallets estándar de 1.20 por 1.00 mts, los cuales se acomodan 5 cajas por pallets, de 4 camadas. El total de la mercancía son 3.000 unidades en 200 cajas, las cuales se distribuyen 15 paquetes por cada caja.

A continuación, se demuestra en la siguiente operación:

Cajas de 60cm x 40cm x 50cm

Pallets standard: 120 x 100x 15cm

Fórmula para hallar cantidad de cajas por Pallets:

$$(120 \times 100) / (60 \times 40) = 5 \text{ Cajas}$$

Fórmula para hallar cantidad de camas o pisos por Pallets

Para eso hay que tener en cuenta la altura del contenedor; para este caso se utilizó un contenedor de 20 pies:

Altura: (2.392 mts o 239.2 cm)

$(239.2 \text{ cm} - 15 \text{ cm}) = 4,484$

Se redondea por defecto

4 pisos.

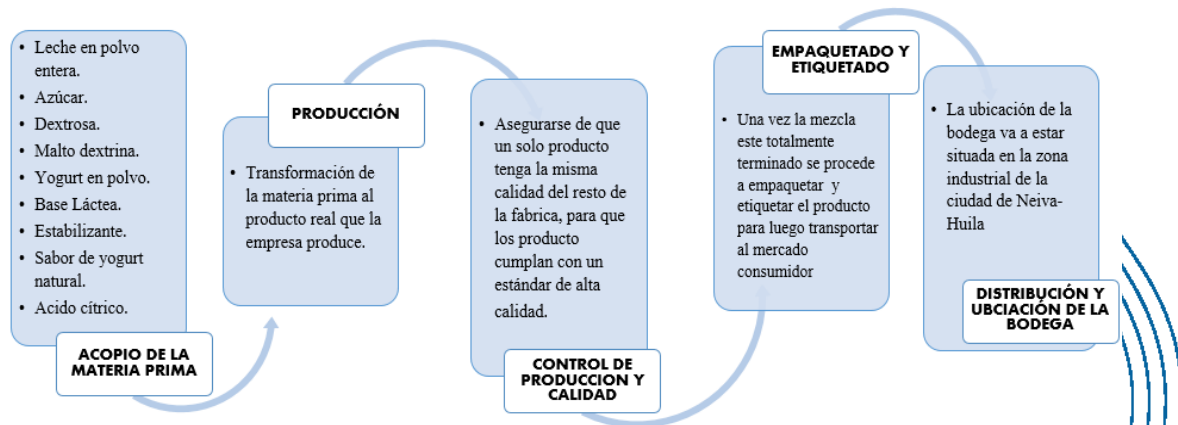
9. Nombre de la agencia de carga internacional: Grupo Logístico SEI.

10. Nombre de la agencia aduanera: Grupo Logístico SEI.

7.13 Proceso de Producción

El proceso completo de producción está comprendido por diferentes fases, cinco en total, la primera de ella es el acopio de la materia prima, seguida por el proceso de producción, por el control de calidad, seguida a su vez por la fase de empaquetado y etiquetado. Finalmente está la fase de distribución y almacenamiento en la bodega, para ser posteriormente cargada y despachada. Para mayor claridad y puntualidad sobre la integridad de este proceso (ver la Figura 14)

Figura 14. Flujograma-Proceso de Producción

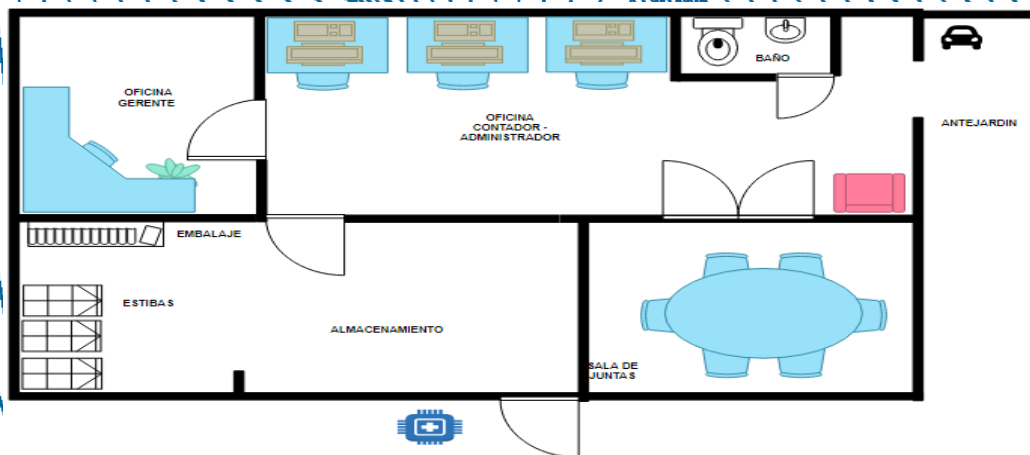


Elaboración propia

Fuente: *Tomada de (Economipedia.com)*

7.14 Distribución y Ubicación de la Bodega

Figura 15. Distribución de la Bodega



Fuente: *Elaboración propia (Visualparadigmonlinediagrams)*

La ubicación de la bodega está situada en la zona industrial de Neiva, la bodega tiene un área de 600 metros cuadrados, con un costo de arriendo mensual fijo de \$1.450.000 de pesos colombianos.

Las áreas con las que cuenta la bodega son:

- Oficina del gerente, oficina de contador y administrativo.
- Baño administrativo.
- Zona de despacho de mercancía.
- Almacenamiento de mercancía.
- Recepción de la mercancía.

Para la distribución de la bodega se tuvo en cuenta las necesidades del proyecto para ejecutarlo, y así poder cumplir con todos los requisitos exigidos.



7.15 Cálculo de inversiones: capital de trabajo, inversión fija, gastos operativos

A continuación, se presentan el cálculo de inversiones dando información real y esclarecedora sobre el proceso efectuado por la empresa Mozzafiato

7.15.1 Capital de Trabajo

El capital de trabajo hace referencia a aquellos recursos indispensables para efectuar las operaciones del proyecto de exportación, este cálculo se presenta de manera mensual y anual, para poder identificar y establecer el flujo financiero requerido. Para claridad del lector se especifica que las cifras financieras son dadas en pesos colombianos.

Tabla 23. Capital de Trabajo de la empresa Mozzafiato

Detalle	Mensual	Annual
Arriendo	\$ 1.450.000	\$ 17.400.000
Servicios Públicos	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Mantenimiento y Manager de Página web	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Dominio Página Web	\$ 29.166	\$ 350.000
TOTAL	\$ 2.179.166	\$ 26.150.000

Elaboración propia

Para llevar a cabo el proceso de exportación de la empresa Mozzafiato se requiere una inversión mensual de \$2.179.166 y una inversión anual de \$26.150.000

7.15.2 Inversión Fija

La inversión fija de la empresa Mozzafiato está constituida en sus activos los cuales tienen un tiempo de vida útil que varía dependiendo del artículo o el bien en mención.

Tabla 24. Inversión Fija de la empresa Mozzafiato

CONCEPTO	VALOR
Equipos de cómputo e impresión	\$ 7.000.000
Equipos de oficina (sillas, Escritorios y enseres)	\$5.000.000
Archivador	\$ 700.000
Equipos de producción de la base	\$ 25.000.000
Equipos de empaquetamiento	\$ 1.200.000
Estibas	\$ 1.000.000
TOTAL	\$ 39.900.000

Elaboración propia

7.15.3 Gastos operativos

Tabla 25. Gastos Operativos de la empresa Mozzafiato

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Nómina Administrador Financiero	\$1.200.000	\$14.400.000
Nomina Operador de Producción	\$980.657	\$ 11.767.884
Auxiliar de Producción y Empaquetado	\$500.000	\$ 6.000.000

Auxiliar Community Manager	\$ 400.000	\$ 4.800.000
TOTAL	\$ 3.080.657	\$ 36.967.884

Elaboración propia

Los gastos operativos de nómina de la empresa Mozzafiato requieren de un monto de \$3.080.657 mensual, a su vez los gastos anuales suman un total de \$36.967.884.

A Continuación se presenta la Tabla 26, en la cual se especifican todos los gastos ocasionados por la empresa Mozzafiato, para desarrollar su proceso de producción mensual de su promedio de pedidos de bolsas de producto de mezcla en polvo de helado de yogurt, el cual es de 1.050 unidades empacadas y etiquetadas en bolsas Tetra Pak de 1.200g; este proceso se ha venido desarrollando desde el inicio de su creación de forma permanente, de igual manera se aclara que este balance no contempla el proceso de exportación, siendo esta actividad su base de trabajo y sostenimiento. La idea de iniciar el proceso de exportación surgió varios años después de la creación de Mozzafiato; la proyección de gastos y ganancias de este proyecto se considera una actividad adicional a las ya generadas por la empresa, las cuales son descritas en la Tabla 26.

Tabla 26. Balance financiero de la empresa Mozzafiato

Detalle	Mensual	Anual
Arriendo inmobiliario y Bodegaje	\$ 1.450.000	\$ 17.400.000
Servicios Públicos	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Mantenimiento de Página web	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Dominio Página Web	\$ 29.166	\$ 350.000

Nomina	\$ 3.080.657	\$ 36.967.884
Costo producción de 1.050 bolsas	\$ 14.009.100	\$ 168.109.200
TOTAL	\$ 19.268.923	\$ 230.827.084
Costo de venta	\$ 29.400.000	\$ 352.800.000
Ganancia	\$ 10.131.077	\$ 121.972.916

Elaboración propia

En la Tabla 27, se presentan un balance de costos que contemplan el proceso de exportación del producto de la empresa Mozzafiato a la ciudad de Quito, Ecuador, todo ello atendiendo a un pedido de cotización por un número de 3.000 unidades efectuado por la empresa *Gremio Frost*

Tabla 27. Balance financiero proceso de exportación Mozzafiato

Detalle	Mensual	Annual
Costos de producción de 3.000 bolsas	\$ 40.026.000	\$ 480.312.000
Costos de exportación	\$ 7.789.000	\$ 93.468.000
Total de gastos	\$ 47.815.000	\$ 573.780.000
Costo de venta de las 3.000 bolsas	\$ 84.000.000	\$ 1.008.000.000
Ganancia	\$ 36.185.000	\$ 434.220.000

Elaboración propia

Como se observa en la tabla el proceso de exportación dejaría un margen de ganancia adicional para la empresa Mozzafiato de \$36.185.000 pesos colombiano mensual, se aclara que aparte de este monto de ganancia la empresa ya genera un rubro de ganancia conseguido por sus habilidades comerciales ejercidas en el entorno local, por consiguiente, la opción de



consolidar el negocio de exportación se vislumbra como una posibilidad positiva y promisorio.

8. PLAN FINANCIERO

8.1 Informe financiero

Para que el proyecto esté en funcionamiento se necesitara una inversión inicial en Activos de \$39.900.000, fundamentales para iniciar las operaciones de producción y comercialización, que fueron obtenidos por recursos propios del socio principal, este se describe a continuación.

Tabla 28. Inversión de activos

Concepto	Valor total del activo	Años de vida útil	Depreciación y amortización
MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA			
Equipos de oficina (sillas, Escritorios y enseres)	5.000.000	5	1.140.000
Archivador	700.000		
SUBTOTAL	5.700.000		1.140.000
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Equipos de producción de la base	25.000.000	10	2.720.000
Equipos de empaquetamiento	1.200.000		
Estibas	1.000.000		
SUBTOTAL	27.200.000		2.720.000
EQUIPO DE COMPUTO			
Equipos de cómputo e impresión	7.000.000	5	1.400.000
SUBTOTAL	7.000.000		1.400.000
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO			

Capital de trabajo	39.900.000
--------------------	------------

Elaboración propia.

Los ingresos registrados en la siguiente Tabla, aunque son originados por el mismo producto se encuentra en dos grupos, en primera instancia los que la empresa tienen actualmente como producción básica, de los cuales ya generan una rentabilidad, este se observa en sus registros históricos de 1.050 unidades para este caso los fijas y las que se van a exportar objeto de este estudio que son 3.000 unidades mensuales, siendo al año 36.000 unidades.

Tabla 29. Ingresos

	2020	2021	2022	2023	2024
MEZCLA EN POLVO DE HELADO – Fijas	352.800.000	386.004.125	422.333.289	462.081.609	505.570.882
MEZCLA EN POLVO DE HELADO – Exportaciones	1.008.000.000	1.102.868.928	1.206.666.540	1.320.233.168	1.444.488.233
TOTAL, INGRESOS OPERATIVOS	1.360.800.000	1.488.873.053	1.628.999.829	1.782.314.777	1.950.059.114
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
TOTAL, INGRESOS	1.360.800.000	1.488.873.053	1.628.999.829	1.782.314.777	1.950.059.114

Elaboración propia.

Figura 16. Ingresos



Elaboración propia.

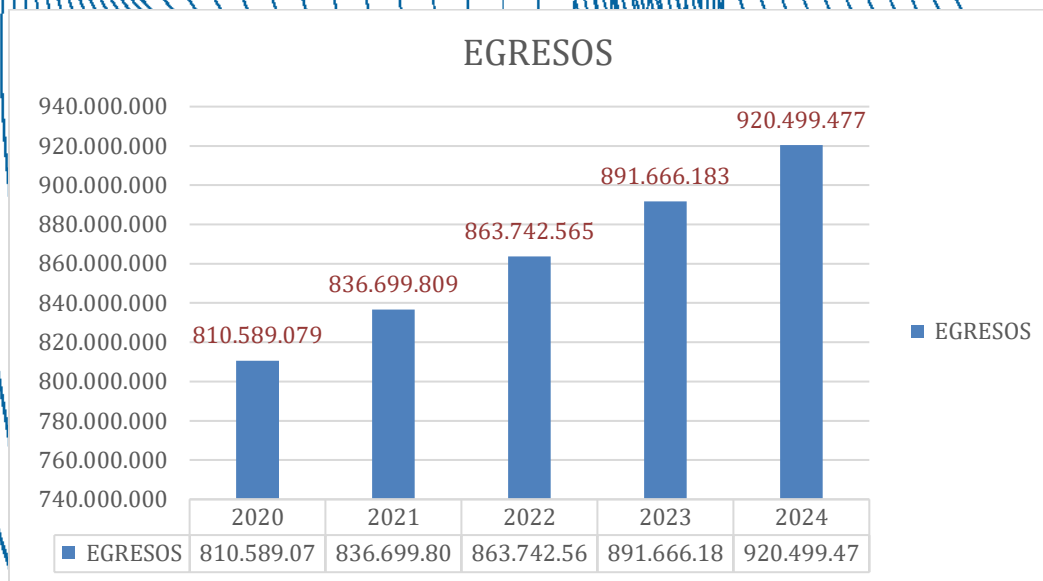
Los Egresos conformados por los costos y gastos que se observan en la siguiente tabla indican la inversión necesaria que debe realizar la entidad para producir 4.050 unidades mensuales y al año 48.600; además implican la salida de efectivo por cada una de las actividades que se necesitan desde la producción hasta la ubicación del cliente.

Tabla 30. Egresos

	2020	2021	2022	2023	2024
Costos variables	0	0	0	0	0
Costos fijos	741.889.200	765.629.654	790.512.618	816.204.278	842.730.917
Costos de producción de 1.050 bolsas	168.109.200	173.488.694	179.127.077	184.948.707	190.959.540
Costos de producción de 3.000 bolsas	480.312.000	495.681.984	511.791.648	528.424.877	545.598.686
Costos de exportación	93.468.000	96.458.976	99.593.893	102.830.694	106.172.692
TOTAL, COSTOS	741.889.200	765.629.654	790.512.618	816.204.278	842.730.917
Gastos operativos	68.699.879	71.070.155	73.229.947	75.461.905	77.768.560
Nomina	36.967.884	38.150.856	39.390.759	40.670.959	41.992.765
Arriendos	17.400.000	17.956.800	18.540.396	19.142.959	19.765.105
Servicios	7.200.000	7.430.400	7.671.888	7.921.224	8.178.664
Mantenimiento pagina	1.200.000	1.238.400	1.278.648	1.320.204	1.363.111
Dominio de pagina	349.992	361.192	372.930	385.051	397.565
Gasto por depreciación	5.260.000	5.260.000	5.260.000	5.260.000	5.260.000
Gasto por amortización	0	0	0	0	0
Gasto por impuestos	322.003	672.507	715.325	761.508	811.350
Gasto por publicidad	0	0	0	0	0
Gasto por salarios	0	0	0	0	0
Gastos financieros	0	0	0	0	0
TOTAL, GASTOS	68.699.879	71.070.155	73.229.947	75.461.905	77.768.560
TOTAL, EGRESOS	810.589.079	836.699.809	863.742.565	891.666.183	920.499.477

Elaboración propia

Figura 17. Egresos



Elaboración propia

8.2 Estados De Resultados

Tabla 31. Estados de Resultados

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	1.360.800.000	1.488.873.053	1.628.999.829	1.782.314.777	1.950.059.114
Costos	741.889.200	765.629.654	790.512.618	816.204.278	842.730.917
Utilidad Bruta	618.910.800	723.243.398	838.487.211	966.110.499	1.107.328.197
Gastos operativos	68.699.879	71.070.155	73.229.947	75.461.905	77.768.560
Utilidad antes impuestos e intereses	550.210.921	652.173.243	765.257.264	890.648.594	1.029.559.638
Gastos financieros	0	0	0	0	0
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	550.210.921	652.173.243	765.257.264	890.648.594	1.029.559.638



Impuestos	170.565.386	202.173.705	237.229.752	276.101.064	319.163.488
Utilidad neta	379.645.536	449.999.538	528.027.512	614.547.530	710.396.150

Elaboración propia

Tabla 32. Inversiones activas

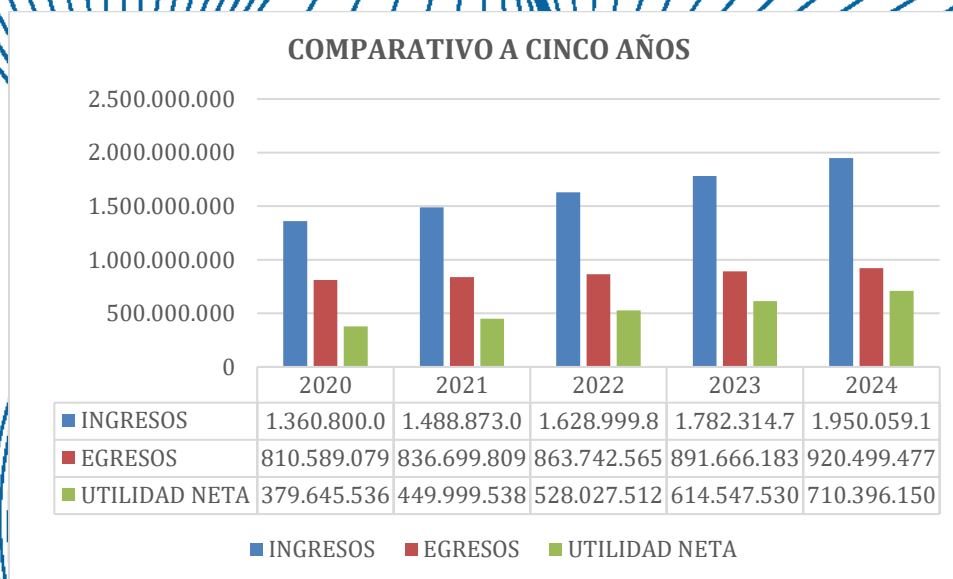
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
SALDO INICIAL	0	0	555.470.921	1.042.338.779	1.610.682.338	2.269.361.180
<u>FUENTES DE EFECTIVO:</u>						
Ventas de contado		1.360.800.000	1.488.873.053	1.628.999.829	1.782.314.777	1.950.059.114
Aportes de capital	39.900.000					
TOTAL, FUENTES	39.900.000	1.360.800.000	1.488.873.053	1.628.999.829	1.782.314.777	1.950.059.114
<u>USOS DE EFECTIVO</u>						
Costos operativos		741.889.200	765.629.654	790.512.618	816.204.278	842.730.917
Gastos operativos		68.699.879	71.070.155	73.229.947	75.461.905	77.768.560
Inversión en activos fijos e inventarios	39.900.000					
Impuestos			170.565.386	202.173.705	237.229.752	276.101.064
Depreciación y amortización (-)		-5.260.000	-5.260.000	-5.260.000	-5.260.000	-5.260.000
TOTAL, USOS	39.900.000	805.329.079	1.002.005.195	1.060.656.270	1.123.635.935	1.191.340.541

EXCEDENTE O DÉFICIT EFECTIVO	0	555.470.921	486.867.858	568.343.559	658.678.842	758.718.573
SALDO FINAL DE EFECTIVO	0	555.470.921	1.042.338.779	1.610.682.338	2.269.361.180	3.028.079.753

Elaboración propia.

El resultado del ejercicio año tras año es favorable comparando las utilidades, para el año 2020, la utilidad neta es de \$379.645.536 para el segundo año aumenta en \$70.354.002, después de haber realizado el descuento de la provisión estimada de impuesto de renta del 31% ese aumento representa un 18,53% de la utilidad neta.

Figura 18. Comparativo a cinco años



Elaboración propia

8.3 Flujo de efectivo

Tabla 33. Flujo de efectivo

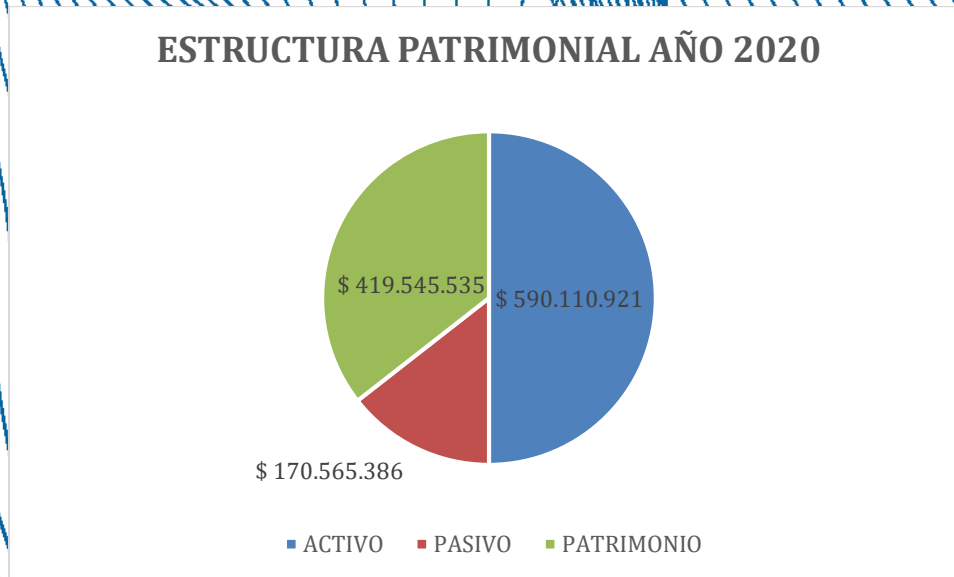
BALANCE GENERAL						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024



Activos corrientes						
Disponible	0	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Inversiones temporales	0	554.470.921	1.041.338.779	1.609.682.338	2.268.361.180	3.027.079.753
Total, activo corriente	0	555.470.921	1.042.338.779	1.610.682.338	2.269.361.180	3.028.079.753
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	5.700.000	5.700.000	5.700.000	5.700.000	5.700.000	5.700.000
Maquinaria y equipo	27.200.000	27.200.000	27.200.000	27.200.000	27.200.000	27.200.000
Equipo de computación	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000
Depreciación acumulada	0	(5.260.000)	(10.520.000)	(15.780.000)	(21.040.000)	(26.300.000)
Total, activos no corrientes	39.900.000	34.640.000	29.380.000	24.120.000	18.860.000	13.600.000
Total, activos	39.900.000	590.110.921	1.071.718.779	1.634.802.338	2.288.221.180	3.041.679.753
Pasivos corrientes						
Impuesto por pagar		170.565.386	202.173.705	237.229.752	276.101.064	319.163.488
Total, pasivos corrientes	0	170.565.386	202.173.705	237.229.752	276.101.064	319.163.488
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras no corrientes	0	0	0	0	0	0
Total, pasivos no corrientes	0	0	0	0	0	0
Total, pasivos	0	170.565.386	202.173.705	237.229.752	276.101.064	319.163.488
Patrimonio						
Capital	39.900.000	39.900.000	39.900.000	39.900.000	39.900.000	39.900.000
Reserva Legal	0	0	37.964.554	82.964.507	135.767.259	197.222.012
Utilidades retenidas	0	0	341.680.982	746.680.566	1.221.905.327	1.774.998.104
Utilidad del periodo	0	379.645.536	449.999.538	528.027.512	614.547.530	710.396.150
Total, patrimonio	39.900.000	419.545.536	869.545.074	1.397.572.586	2.012.120.116	2.722.516.266
Total, pasivo y patrimonio	39.900.000	590.110.921	1.071.718.779	1.634.802.338	2.288.221.180	3.041.679.753

Elaboración propia.

Figura 19. Estructura patrimonial año 2020



Elaboración propia

Tabla 34. Estructura patrimonial

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
ACTIVO	\$ 590.110.921	100 %
PASIVO	\$ 170.565.386	29 %
PATRIMONIO	\$ 419.545.535	71 %

8.4 Análisis Del Punto De Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio indica a una entidad cual es el nivel de ventas en unidades, que debe generar para cubrir los costos totales que se atribuye en la elaboración y comercialización de los productos. Así se sabrá desde que punto la entidad empieza a producir ganancias. Para este caso se observa una rentabilidad y liquidez en el momento de exportar con un precio por unidad de \$28.000, el punto de equilibrio se logra en la unidad vendida número 35.041 al año, al mes con 2.920 unidades vendidas. A este punto la entidad ha logrado una solvencia económica.

Tabla 35. Punto De Equilibrio - Primer Año

COSTOS FIJOS:	2020
Costos fijos	741.889.200
Gastos operativos	68.699.879
Gastos financieros	0
Impuestos	170.565.386
TOTAL, COSTOS FIJOS	981.154.464

PRECIO DE VENTA	2020
Precio de venta promedio	28.000
PRECIO DE VENTA UNITARIO	28.000

PUNTO DE EQUILIBRIO	2020
----------------------------	-------------

EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL	35.041
---	---------------

COSTOS VARIABLES	2020
Costo variable promedio	0
TOTAL, COSTOS VARIABLES	0

EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL	2.920
---	--------------

EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL	981.154.464
--	--------------------

EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL	81.762.872
--	-------------------

Elaboración propia.

8.5 Indicadores financieros de liquidez y actividad

Tabla 36. Indicadores financieros de liquidez y actividad

LIQUIDEZ	FORMULA DE CALCULO	2020	2021	2022	2023	2024
Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	3,26	5,16	6,79	8,22	9,49
Solidez	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	3,46	5,30	6,89	8,29	9,53
Capital De Trabajo	$\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Cte.}$	384.905.536	840.165.074	1.373.452.586	1.993.260.116	2.708.916.266



Elaboración propia

La razón corriente es uno de los indicadores financieros que permite determinar el índice de liquidez de una entidad, o su capacidad para disponer de efectivo ante una eventualidad o contingencia que se lo exija, dando cumplimiento a todas sus obligaciones financieras.

Para el año 2020 por cada peso de pasivo corriente la entidad cuenta con 3,26 pesos de su activo corriente.

En el caso del indicador de la Liquidez la entidad por cada peso del total del pasivo se cuenta con 3,46 pesos del activo total, demostrando que se cuenta con solidez al finalizar el año 2020.

El capital de trabajo es un indicador financiero que se utiliza para determinar los recursos con que dispone una empresa para operar sin sobresaltos y de forma eficiente, para esta proyección la entidad en el año 2020 al disminuir sus pasivos corrientes del activo corriente, la entidad cuenta con \$384.905.536, los resultados para los años venideros son igual de positivos, para el año 2024 la entidad terminaría con un capital de trabajo de \$2.708.916.266

8.6 Indicadores de rentabilidad

Tabla 37. Indicadores de rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD	FORMULA DE CALCULO	2020	2021	2022	2023	2024
		MARGEN BRUTO	$\frac{\text{RESULTADO BRUTO}}{\text{VENTAS}}$	45%	49%	51%
MARGEN OPERACIONAL	$\frac{\text{RESULTADO OPERACIONAL}}{\text{VENTAS}}$	40%	44%	47%	50%	53%
MARGEN NETO DE UTILIDAD	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{VENTAS}}$	28%	30%	32%	34%	36%

RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	RESULTADO DEL EJERCICIO	90%	52%	38%	31%	26%
	PATRIMONIO					
RENDIMIENTO DEL ACTIVO	RESULTADO DEL EJERCICIO	951%	76%	49%	38%	31%
	ACTIVO TOTAL					

Elaboración propia.

Para esta entidad la toma de decisiones representa una importante actividad, objetivo claro de la gerencia, la actual está en crecimiento y puede mantener una estabilidad financiera, su producto y el resultado de la exportación continúa acompañado de la experiencia y cumplimiento permite que se dé, de forma prudente una rentabilidad; esta empresa que desea crecer y mantener una estabilidad financiera, ayudará considera mente a realizar nuevas inversiones y la ampliación de su mercado.

Tabla 38. Proyección a cinco años

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Utilidad Bruta	\$ 618.910.800	\$ 723.243.398	\$ 838.487.211	\$ 966.110.499	\$ 1.107.328.197
Utilidad antes imp. e inter	\$ 550.210.921	\$ 652.173.243	\$ 765.257.264	\$ 890.648.594	\$ 1.029.539.638
Utilidad antes de impuestos	\$ 550.210.921	\$ 652.173.243	\$ 765.257.264	\$ 890.648.594	\$ 1.029.539.638
Utilidad neta	\$ 379.645.536	\$ 449.999.538	\$ 528.027.512	\$ 614.547.530	\$ 710.396.150

Elaboración propia.

Margen Bruto: Este indicador permite determinar cómo las operaciones propias de la empresa me generan rendimiento, si solo dependiera de las operaciones propias, objeto de este estudio, la entidad generaría rendimientos sin depender de otras fuentes de ingreso, para el año 2020 el margen bruto da 45% año 2021 49%, año 2022 51% terminando el año 2024



en 57%, teniendo como base los ingresos al año que generan 48.600 unidades de producto puesto al mercado.

Margen Neto de utilidad: El margen neto de utilidad muestra la capacidad de la entidad para generar ganancias a partir de los ingresos operacionales, para el año 2020 arroja un 28% que va en incremento, terminando en 36% para el año 2024.

8.7 Rentabilidad Operacional del Patrimonio.

El resultado de este indicador de rentabilidad muestra como el patrimonio otorga ese respaldo debido a los resultados de esta, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos, este resultado para el año 2020 termina en 90%, para el 2021 en 52% terminando en 26% para el año 2024, la entidad es rentable en función de sus recursos propios que emplea para su gestión.

Para el año 2024 la entidad termina con unos activos totales de \$3.041.679.753, donde sus inicios fueron un recurso propio de \$39.900.000 que fueron con los cuales empezaron a desarrollar la idea de negocio.

Tabla 39. Rentabilidad operacional

2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Total, activos	39.900.000	590.110.921	1.071.718.779	1.634.802.338	2.288.221.180	3.041.679.753

Elaboración propia

Debido al desarrollo de su actividad principal, con los únicos pasivos generados que fueron los normales de su gestión que son los tributarios, la entidad termina con un patrimonio a diciembre 31 del 2024 de \$2.722.516.266



Tabla 40. Total, patrimonio

Total, patrimonio	39.900.000	419.545.536	869.545.074	1.397.572.586	2.012.120.116	2.722.516.266
------------------------------	-------------------	--------------------	--------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Elaboración propia.

8.8 Valor Presente Neto

El **Valor Presente Neto (VPN)** o **Valor Actual Neto (VAN)** determina que este tema de estudio es viable a largo plazo, muestra como la inversión cumple con el objetivo básico financiero, que es maximizar la inversión, generar una mayor productividad.

Para este caso la tasa interna de oportunidad que se elige para el cálculo del valor presente es de 4,25% (subjativa), porque es la tasa de rendimiento mínima que se esperaría recibir si se invirtieran de hoy por un período de tiempo.

El presente proyecto genera un VPN de \$287.410.639 es viable porque da mayor que cero.

8.9 Tasa Interna De Retorno:

Para el quinto año el 2024, la tasa interna de retorno da 34% superior a la tasa de oportunidad de 4,25% con la que se proyectó la viabilidad de este estudio, lo que indica que es favorable invertir que es más rentable a partir del quinto año, se adquiere un beneficio y confianza a la hora de invertir.

8.10 Cálculo VPN

Tabla 50. Cálculo VPN

0	-39.900.000	Inversión
2020	1.360.800.000	Ingresos
2021	1.488.873.053	Ingresos
2022	1.628.999.829	Ingresos
2023	1.782.314.777	Ingresos
2024	1.950.059.114	Ingresos



	VALOR	EXCEL
TIO (EA)	4,25	TASA
VRI	\$327.310.639,14	VPA
VPN	287.410.639	SUMA
TIR	34%	

Elaboración propia.

9. CONCLUSIONES Y LOGROS

Una vez realizado el estudio de prefactibilidad para el proceso de exportación de la mezcla en polvo de helado de yogurt desde la ciudad de Neiva-Huila hacia la ciudad Quito-Ecuador, se logró identificar que el territorio de destino para dicho proceso resulta un mercado idóneo para el proceso de comercialización de este producto, debido a que en términos generales la nación ecuatoriana es un país con altos índices de turismo y con un clima cálido tropical que se mantiene casi durante la totalidad de los doce meses del año, motivo por el cual un producto de bajo precio, refrescante, con un valor nutritivo y una presentación atractiva, resultan fácilmente comercializables en un espacio como el de destino; sin embargo, también se concluye que Ecuador, es una nación con procesos de exportación incipientes y fluctuantes, siendo así como durante algunos años en el reporte histórico de exportaciones e importaciones para productos de mezcla en polvo se registran picos alto de comercialización, pero también picos bajos.

Ahora bien, el estudio de prefactibilidad analizaba los posibles transportes para hacer la entrega del producto en la nación ecuatoriana. En lo que tiene que ver con la opción de transporte aéreo, se concluye que, aunque esta es la opción mas rápida y efectiva, es unísonamente la más costosa, motivo por el cual resulta inviable.

Respecto al transporte fluvial, esta opción resulta dispendiosa, debido a que los trayectos son más largos, mas lentos y además debe ser concluida con algunos trayectos terrestres, convirtiéndose en una opción no recomendable; en lo pertinente a las vías ferroviarias como medio de transporte del producto, ocurre una situación semejante, debido a que no existen vías directas diseñadas Neiva-Quito, por lo cual de usarse esta opción algunos trayectos deberían ser complementados con transportes terrestre, resultando en cargos económicos adicionales; así mismo se analizó la idea de hacer la entrega vía marítima, la cual se convierte en la más larga y dispendiosa de todas las posibilidades, debido a que los productos de la empresa Mozzafiato, deberían ser trasladados de forma terrestre Neiva-Bogotá y de Bogotá al

Puerto de Cartagena, una vez allí se realizaría un proceso de embarque para hacer llegar el producto vía marítima al puerto de Guayaquil- Ecuador, en donde una vez allí se tendría que trasladar de forma terrestre a la ciudad de Quito, convirtiendo esta opción en la más inviable de todas. Por todo lo anterior de todas las opciones analizadas la posibilidad de hacer llegar el producto Mozzafiato al país vecino por vía terrestre se convierte en la más económica y práctica, pese a que no sea la más rápida; sin embargo, es importante aclarar que el proceso de transporte de la carga por este medio sería inferior a diecisiete horas de trayecto.

En lo que tiene que ver con la empresa Mozzafiato y con el proceso de articulación del *E-commerce*, como estrategia de visibilización, comercialización y exportación de los productos, se aprecia que esta resulta altamente vanguardista, productiva y significativa, ya que como se comprobó a través del proceso de revisión documental investigativo, el *E-commerce* es una tendencia de empoderamiento empresarial, que está transformando el orden global de las formas de visibilización y comercialización de las empresas en el mundo entero, todo ello articulando el uso del internet y en específico de las redes sociales a los procesos de productivos y comerciales de una empresa. Se espera poder hacer uso exponencial de este recurso para poder amplificar el margen de ventas de la empresa Mozzafiato, no solo en el entorno local y nacional, sino también internacional.

La página web creada para el desarrollo del comercio electrónico de la empresa Mozzafiato, obtuvo un resultado positivo, ya que cumplió la función de realizar la difusión y comercialización del producto de forma *on line*, sin la necesidad de realizar una visita a la ciudad de Quito, Ecuador; es importante esta conexión, ágil, interactiva y oportuna entre los dos países para favorecer el crecimiento financiero de la empresa, de igual manera esta continúa desarrollando procesos de comercialización física (presencial) con clientes locales y nacionales, ya que algunos sectores de la población colombiana tienen preferencia por los procesos tradicionales al momento de efectuar un negocio.

En lo pertinente a la elaboración del análisis de costos detallado con el fin de establecer los niveles de rentabilidad para la comercialización de los productos Mozzafiato, se concluye una vez hecha esta labor, que el proceso de exportación es rentable, sólo si se comercializa el producto en grandes cantidades, es decir, que el nivel de demanda por parte de las empresas ecuatorianas sean significativamente altos para poder sufragar todos los costos de producción, como distribución y transporte, dejando utilidades a la empresa, de no ser así es preferible que la empresa continúe desarrollando su proceso de expansión en las latitudes locales y nacionales.

Finalmente, la rentabilidad financiera de la exportación está constituida por la cantidad de pedidos *on line* que realicen los clientes ecuatorianos a la empresa Mozzafiato, actividad que en la actualidad aún encuentran en un proceso de exploración y pilotaje.

Así mismo se reitera que para que el proceso de exportación de la empresa sea rentable y oportuno, se maneje por medio del transporte terrestre; sin embargo, una de las grandes limitaciones con respecto a este medio es la presencia de derrumbes sobre las vías, manifestaciones civiles, afectaciones climáticas y cierre de fronteras, lo cual impediría la libre movilidad del transportador, incrementando los costos de la exportación.

Otra limitante que se debe tener presente son los cambios en la normatividad del proceso de exportación, tanto del país de origen como el país de destino, los cambios en las leyes que regulan el comercio internacional, el incremento en las tarifas del transporte internacional y el incremento del costo de los seguros internacionales de transporte y de mercancías.

Finalmente pero no menos importante, otro aspecto a tener en cuenta como un factor limitante, son todas las situaciones y variables de orden socioeconómico surgidas a partir de la aparición en Latinoamérica (a partir de marzo de este año) del Covid 19, lo cual, ha generado un escenario pandémico en el mundo entero, diezmando significativamente los niveles de turismo y obligando a las personas a permanecer recluidas en casa; como es bien



sabido el devenir de esta situación es desconocido por lo cual, muchos escenarios del mundo real se prospectan a ser afectados, más cuando el Coronavirus está presentado mutaciones y con ello, nuevas olas de contagio masivo.

En lo pertinente, a procesos de estudios relacionados con la presente investigación se recomienda seguir desarrollando nuevas investigaciones académicas y estudios de prefactibilidad y factibilidad que indaguen en la pertinencia de desarrollar proceso de exportación e importación en los países Latinoamericanos, buscando con ello el crecimiento y el empoderamiento de las empresas locales huilenses y utilizando la gran variedad de producto que son producidos dentro de este territorio geográfico.



10. BIBLIOGRAFÍA

ADR. (2020). La cooperación internacional. Recuperado de: https://www.apccolombia.gov.co/sites/default/files/archivos_usuario/2016/cooperacion-internacional-final-16072014.pdf

Amazon. (2020). Los más vendidos: Mejor Mezclas para Helado y ...". Recuperado de: https://www.amazon.com/-/es/gp/bestsellers/grocery/17369437011/ref=pd_zg_hrsr_grocery.

Bank, I. W. (2020). Datatpics. Recuperado de: <http://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). Persona Natural Comerciante. Santa Fe de Bogotá. Colombia. Recuperado de: http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/persona_natural.htm

Cancillería. (2020). Fronteras de Colombia. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Fronteras_de_Colombial

Clima Ecuador. S.F. (2020). Carlota. Recuperado de: <https://www.carlota.ec/quito-weather/#:~:text=Quito%20tiene%20dos%20estaciones%3B%20el,lluviadas%20prolongadas%20en%20ciertos%20meses>.

Contexto ganadero. (05 de Julio de 2015). Bolsas Tetra Pak. Recuperado de: <https://www.contextoganadero.com/economia/bolsas-tetrapack-ayudarian-al-sector-lechero-y-al-consumidor>

Datos Macro Expansión. (S.F.). 2020. Colombia Demografía. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/paises/colombia>

DIAN. (2020). Clasificación Arancelaria. Sección I. Animales vivos del reino animal. Santa Fe de Bogotá. Colombia. Recuperado de: <https://muisca.dian.gov.co/WebAracel/DefPerfilMercancia.faces>

Economipedia.com. (2020). Proceso de producción. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html>



E-commerce-platforms. (2020). ¿Qué es el comercio electrónico? Definición de comercio electrónico para 2020. Recuperado de <https://ecommerce-platforms.com/es/glossary/ecommerce>

Economía de Ecuador. (2020). Wikipedia. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Ecuador

Ecuador en cifras. (2020). Población. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/page/3/?s=poblaci%C3%B3n>

Ecuador Explorer.com. (S.F). Información sobre ubicación, geografía y clima del Ecuador continental y las Islas Galápagos. Recuperado de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/ubicacion-geografia-y-clima.html#:~:text=Ecuador%20se%20localiza%20en%20la,con%20Colombia%20por%20el%20norte.&text=Ecuador%20cubre%20un%20%C3%A1rea%20de,de%20Uruguay%20y%20las%20Guayanas.>

Empresa Actual. (2020). Pasado, presente y futuro del comercio electrónico. Recuperado de <https://www.empresaactual.com/historia-del-comercio-electronico/>

Expansión, D. m. (2020). Datosmacro.com. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/paises/ecuador>

Family, Search. (2018). Idiomas de Ecuador. Recuperado de https://www.familysearch.org/wiki/es/Idiomas_de_Ecuador

Flores, B. Castillo, J, Bailón, C y Hormaza, N. (2017). Proyecto de Negocio sobre comida Saludable, Good Food. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú. Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622166/HORMAZA_CN.pdf?sequence=16&isAllowed=y

Garzon, L, C Y Zapata, J. (2019) Exportación y comercialización de helado de nispero endulzado a base de Yacón. Institución Universitaria Esumer. Colombia. Recuperado de: <http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1839/1/PDF%20HELADO%20DE%20NISPERO.pdf>



Hernández, A. (2020). Helado Saludable. Recuperado de <https://www.webconsultas.com/dieta-y-nutricion/dieta-equilibrada/los-yogures-helados-y-otros-recien-llegados-7611>

Huila.gov.co. (2020). Vías de Comunicaciones. Recuperado de: <https://www.huila.gov.co/publicaciones/149/vias-de-comunicaciones/>

Industrial de Santander. Bucaramanga Colombia. Recuperado de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2013/149867.pdf>

Javie, C. A. (2016). Qué importancia tienen los helados dentro de las exportaciones de los lácteos. Argentina. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/bitstream/handle/11185/1686/6/4.2.pdf>

Juriscol, S. (05 de mayo de 2020). suin juriscol. Recuperado de <http://www.sum-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1749922>

Legis Comex, 2020. Proceso de contratación. Recuperado de: https://www.legiscomex.com/Documentos/procesoexpo_paso9

Legis Comex. (2016). Comercio exterior ecuatoriano. Recuperado de: [https://www.legiscomex.com/Documentos/estudio-perfil-logistico-ecuador-completo#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20%C3%8Dndice,el%20Banco%20Mundial%20\(BM\)](https://www.legiscomex.com/Documentos/estudio-perfil-logistico-ecuador-completo#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20%C3%8Dndice,el%20Banco%20Mundial%20(BM))

Legis Comex. (S.F.). Perfil logístico de Colombia. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/perfil-logistico-colombia-2016-transporte-aereo-rci308.pdf>

Mercados emblemáticos en Quito. (2015). Turismo histórico cultural. Quito-Ecuador.

Neiva, Geografía. (2020). Geografía. Recuperado de: <https://www.alcaldianeiva.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

ProColombia. (2020). Perfil Logístico de Ecuador. Recuperado de: [file:///C:/Users/equipo/Downloads/perfil_logistico_de_ecuador%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/equipo/Downloads/perfil_logistico_de_ecuador%20(2).pdf)



ANEXOS

Anexo 1. Logo de la Empresa Mozzafiato



Anexo 2. Empaquetado del Producto





Anexo 3. Ficha técnica del producto de Mezcla en polvo para preparar helado suave de yogurt

FICHA TÉCNICA

MEZCLA EN POLVO PARA PREPARAR DE HELADO SUAVE YOGURT

REFERENCIA: 20102

PRESENTACIÓN:

- Bolsa de 1200 gr por bolsa, caja de 15 bolsas.

PREPARACIÓN:

1. Agregar 3.0 litros de agua a cada bolsa de mezcla en polvo para preparar helado suave.
2. Batir mínimo cuatro (4) minutos y verter el producto homogéneo a la máquina.
3. Se recomienda preparar el producto completo una vez abierto.

RENDIMIENTO: 4.200 Litros de Mezcla / 60 conos de 70 gramos.

ALMACENAMIENTO:

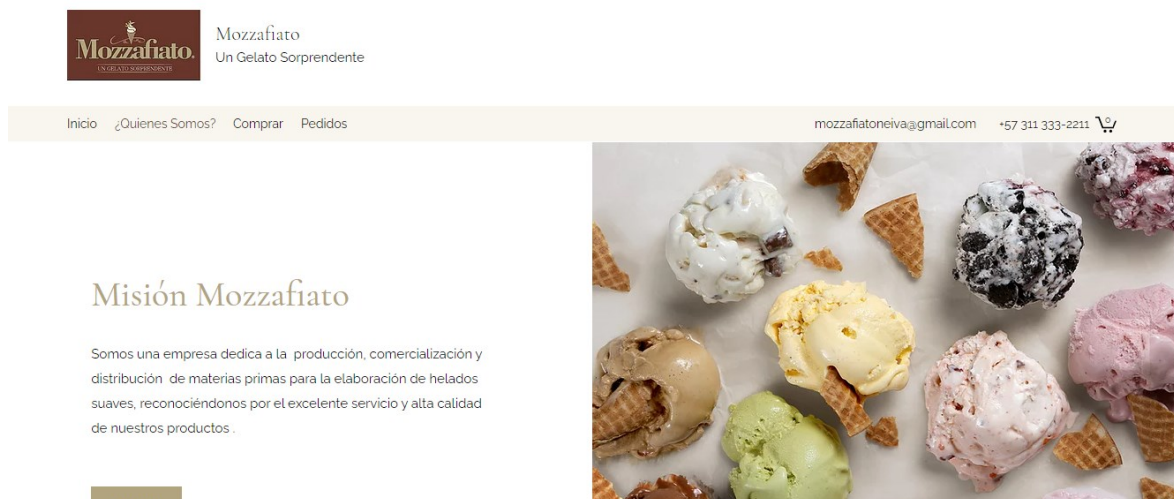
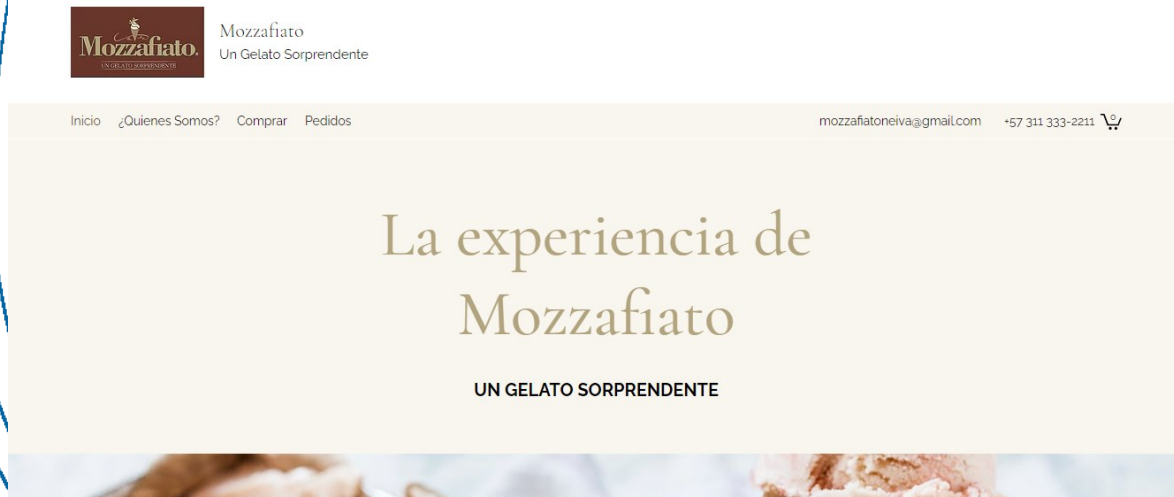
- Mantener en un lugar fresco y seco, no exponerse al sol.

BENEFICIOS:

- Un excelente sabor lácteo con una textura cremosa.
- Largo tiempo de duración del producto, hasta 12 meses estando almacenada.
- Es un producto del cual necesito solo la cantidad de agua necesaria para ser utilizados, a diferencia de otras bases las cuales se les debe adicionar leche o yogurt.



Anexo 4. Página Web de la Empresa Mozzafiato



Anexo 5. Entrevista al Representante Local de Migelato

FECHA: 06 de noviembre de 2020 **HORA:** 09:00 am
LUGAR: Neiva - Huila
ENTREVISTADOR: Willian Alexander Castellanos Carrascal
ENTREVISTADO: Freddy Estupinan
CARGO: Representante legal de Migelato Insumos para helado

INTRODUCCIÓN:

En el actual proyecto, se realizará un diagnóstico al Representante legal de la empresa Migelato, del estado actual de las heladerías. En la actualidad los helados se encuentran ubicados en el sector de alimentos, subsector de productos lácteos.

Se tomó la decisión de elegirlo para ser entrevistado porque es una persona experta en el tema por su experiencia en el sector, puede brindar información valiosa para la realización del proyecto.

PREGUNTAS:

1. ¿Qué piensa del estado actual de del sector de alimentos más específico el subsector de producto lácteos (Heladerías) en el Huila?

Es un sector que siempre va a general muy buena rentabilidad, pues es algo fundamental para el consumo masivo de los seres humanos.

2. Económicamente, ¿cuál cree usted que es la situación del sector de alimentos (Heladerías) en departamento?

Si bien la pandemia ha afectado la economía en general, el sector de alimentos especialmente el de helados, se ha mantenido dado que hemos logrado digitalizar los procesos para brindar un respuesta oportuno a las necesidades de nuestros clientes.

3. ¿Qué problemas tiene la infraestructura y servicios para el desarrollo del sector de alimentos (Heladerías) en el Huila?

Unos de los grandes problemas de nuestro sector y el cual se ha evidenciado aun más con la pandemia es el hacer poder llegar el producto fresco y consistente a los consumidores, pues el helado tiene un tiempo muy corto para mantener su consistencia.

4. ¿Qué riesgos económicos cree usted que hay en el sector de alimentos de productos lácteos (Heladería)?



Uno de los riesgos lo vivimos durante el periodo de confinamiento pues nuestros productos son adquiridos por las personas en puntos físicos y locales comerciales, lo cual se vio seriamente afectado, dado a ello nos hemos reinventado para poder llevar nuestro producto directamente a nuestros clientes.

5. ¿Qué debilidades ve en el sector de alimentos de productos lácteos (Heladerías) del Huila?

La debilidad fundamental que he encontrado es la falta de tecnología aplicada en los procesos de producción alimenticia, lo cual que sea más costoso y poco competitivo nuestros productos.

6. ¿Qué oportunidades ve en el sector de los alimentos de productos lácteos (Heladerías) del Huila?

Son muchas, sin embargo, una de ellas y es la cual les sugiero se concentren es en el poder identificar la manera de hacer llegar el producto a los clientes directamente o consumidores finales para evitar la intermediación y hacia generar mayores utilidades, como también la opción de franquiciar la marca y poder abrir varios puntos en diferentes ciudades, brindando calidad, servicio y rentabilidad.

7. ¿Qué fortalezas cree usted que tiene el sector de alimentos de productos lácteos (Heladerías)?

Nuestro producto es fácil de elaborar asequible a todo público, es apetecido en cualquier parte del mundo, se usa para momentos especiales y genera una alta rentabilidad.

8. ¿Qué amenazas ve usted en el sector de alimentos de productos lácteos (Heladerías)?

Una de las amenazas son los productos de baja calidad a un menor costo, pues los clientes no logran entender la importancia de consumir un producto de buena calidad a un buen precio, otras de las amenazas son los altos impuesto que se pagan en nuestro país, lo cual hace que se costosa la producción.



Anexo 6. Carta de Presentación de Portafolio de la Empresa Mozzafiato



Neiva, 02 de noviembre del
2020

Señores:
1020

N° consecutivo

GREEN FROST

Carlos Ramirez Polanco
Gerente General

Estimados señores:

A través de la presente le hacemos llegar nuestro más cordial saludo y nuestra formal presentación.

MOZZAFIATO, es una empresa colombiana, dedica a la producción, comercialización y distribución de mezclas en polvo de bases de helados, contamos con 2 años de experiencia en el territorio nacional, siendo líderes en el mercado por la alta calidad de nuestro servicio, brindándoles a nuestros clientes la mejor de sus experiencias.

Nos encontramos dispuesto a llevar nuestra experiencia hacia los mercados internacionales, especialmente a los mercados ecuatorianos, quienes han mostrado interés por los insumos para helados nacionales, por tal motivo deseamos que ustedes tengan en cuenta nuestro portafolio para que a través de nosotros su compañía, su producto y su marca logre conquista el mercado ecuatoriano.

Por tal motivo nos permitimos informarle que contamos con la disposición de exportar de nuestro producto "Mezcla en polvo para preparar helado suave de yogurt":

- 200 cajas, las cuales contiene 15 bolsa de 1.200g por caja.

Mozzafiato está Cumpliendo todas las medidas de seguridad fijadas por la Organización Mundial de la Salud y Gobierno Nacional sobre el coronavirus (COVID-19) para que el servicio y atención a nuestros clientes sea 100% seguro.

Cordialmente:

William Alexander Castellanos Carrascal
Gerente Comercial de Mozzafiato



Anexo 7. Carta Solicitando Cotización a Mozzafiato

Quito, Ecuador, 06 de noviembre del 2020

Señores:

N° de consecutivo 012

MOZZAFIATO

Willian Alexander Castellanos Carrascal

Gerente Comercial



Asunto: Solicito cotización

Reciba un cordial saludo, después de analizar su portafolio de servicios enviado el día 02 de noviembre del 2020 con Consecutivo 1020, con el fin de crear lazos comerciales nos encontramos interesados en solicitar una cotización del producto de "Mezcla en polvo para preparar helados suaves de yogur"; por la cantidad de:

- 200 cajas, de 15 unidades de 1.200g.

Adicional requiero la información de las formas de pago implementadas y los medios de movilización, desplazamiento y los términos de negociación del producto.

Cordialmente:

Carlos Ramirez Polanco

Gerente General de Green Frost

Tel: +02 275 63 44

Dirección: Diego de Robles &, Quito 170157, Quito, Ecuador



Anexo 8. Cotización de transporte Neiva, Quito



sei
Freight Forwarder

Logística
Inteligente

NOVIEMBRE 12 DE 2019

COTIZACION No SF 11-12

BOGOTA

Señor
William Castellanos
GERENTE
Mozzaflo

EXPORTACION NEIVA - DAP QUITO

VALOR	CONT	REFERENCIA	UNIT VALUE	WEIGHT GROSS	UNIDADES	CONT 1X 20	
						USD	COP
TRM De NOVIEMBRE 2020		1,00 CONT 20				1,00	3.700,00
SUBPARTIDA	HTS CODE	WEIGHT	USD	CBM	USD		
Los polvos para fabricación de cremas, helados, post	04,01 / 2106	3.500,00	22.702,70	60,00	22.702,70		
TOTAL		3.500,00			22.702,70		
EXW VALUE					22.702,70	22.702,70	84.000.000,00
GASTOS EN ORIGEN		COST UNIT	COP	UNIT			
OF VALUE					22.702,70		84.000.000,00
1. INLAND AND DISMOUNTING / LOADING OPERATION							
CARGUE Y DESPACHO		\$ 250.000,00		2,00	135,14		500.000,00
SUMINISTROS DE CARGUE		\$ 50.000,00		1,00	13,51		50.000,00
SEGURO CARGA DE MERCANCIAS		0,35% \$ 294.000,00		1,00	79,46		234.000,00
SUB TOTAL 1. INLAND AND FREZONE OPERATION					228,11		844.000,00
AGENCIAMIENTO ADUANERO DE EXPORTACION							
		FOB VALUE					
AGENCIAMIENTO ADUANERO		84.844.000,00			94,59		350.000,00
CERTIFICADO DE ORIGEN		300.000,00			81,08		300.000,00
GASTOS VARIOS		120.000,00			32,43		120.000,00
ELABORACION DECLARACION EXPORTACION		25.000,00			6,76		25.000,00
PREINSPECCION		250.000,00			67,57		250.000,00
SUB TOTAL 2. FINALIZACION TEMPORAL					262,43		1.045.000,00
TRANSPORTE INTERNACIONAL NEIVA - QUITO TERRESTRE							
		OF VALUE		USD INVOICE	FLETE		
CARGUE Y INSPECCION SAN MIGUEL		900.000,00		22.702,70	243,24		900.000,00
TRANSPORTE TERRESTRE		5.000.000,00			1.351,35		5.000.000,00
SUB TOTAL 3. IMPORTACION TEMPORAL NUEVA TEMPORAL					1.594,59		5.900.000,00
TOTAL OPERACION LOGISTICA HASTA QUITO ECUADOR INCLUIDO IMPUESTOS						2.105,14	7.789.000,00

Nota * Tiempo para el vehículo 1 día Labor

- Esta preliquidación se realiza a la tasa de cambio del día

- Para pago de flete a la tm del día de pago más 20 pesos siempre y cuando no sea menor a la tm de la factura de referencia

- INCLUYE TRASLADO LOCAL

- Incluye cargues y descargues

LOGISTICA

7.789.000,00

Cualquier inquietud con gusto la atenderé

GU STAVO HERRERA
Gerente comercial
SEI FREIGHT FORWARDER

Anexo 9. Geografía de Quito



Fuente: *Plano Quito- Via Michelin*

Anexo 10. Economía Ecuador

ECONOMÍA	ECUADOR
<i>Moneda</i>	Dólar Estadounidense
<i>Año Fiscal</i>	Año calendario
<i>Banco Central</i>	Banco Central de Ecuador
<i>Organizaciones</i>	ONU, OMC, OEA, CEL AC, UNA SUR, CAN
<i>Mercado de Valores</i>	Banco Central del Ecuador
<i>Grupo</i>	Desarrollando/Emergente País ingreso medio alto

Fuente. Elaboración propia tomada de Wikipedia economía de Ecuador

Anexo 11. Acceso Marítimo



Fuente: *tomada de (ProColombia, 2020)*

Apexo 12. Acceso Terrestre



Anexo 13. Micro-localización de la ciudad de origen Neiva



Fuente. *Datos del mapa Neiva 2020*

Anexo 14. Empresas importadoras de Ecuador de mezclas en polvo

Empresas	Productos Comercializados	Numero Empleados	País	Ciudad
Alimentos Ecuatorianos, Alimec, S.A. - Consorcio Alimec	2	220	Ecuador	Quito
Nestlé Ecuador, SA.	4	60	Ecuador	Quito
Quala Ecuador SA.	2	316	Ecuador	Quito

Elaboración propia tomada de TradeMap, (2020). Número de empresas importadoras en Ecuador, desglosadas por categorías de productos, para el siguiente producto: 0402109000 Leche y nata "crema", en polvo, gránulos o demás formas sólidas, con un contenido de materias