



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TEMA: ANÁLISIS DE EFECTIVIDAD DE LA
INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR CÁRNICO A
COLOMBIA EN EL PERÍODO 2010-2015**

AUTOR: MONTENEGRO PACHECO KARINA MARGARITA

DIRECTOR: ING. FRANCO MACHADO

SANGOLQUÍ

2016



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE ING. COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "**ANÁLISIS DE EFECTIVIDAD DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR CÁRNICO A COLOMBIA EN EL PERÍODO 2010-2015**" realizado por la señorita **KARINA MARGARITA MONTENEGRO PACHECO**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita **KARINA MARGARITA MONTENEGRO PACHECO** para que lo sustente públicamente.

Quito, 22 de agosto del 2016

Una firma manuscrita en tinta azul que parece decir "Franco Machado".

Mgtr. Franco Machado
DIRECTOR



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE ING. COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **KARINA MARGARITA MONTENEGRO PACHECO**, con cédula de identidad N° 1713648663, declaro que este trabajo de titulación "**ANÁLISIS DE EFECTIVIDAD DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR CÁRNICO A COLOMBIA EN L PERÍODO 2010-2015**" ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Quito, 22 de agosto del 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Karina Pacheco'.

KARINA MARGARITA MONTENEGRO PACHECO
C.C. 1713648663



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE ING. COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **KARINA MARGARITA MONTENEGRO PACHECO**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación "ANÁLISIS DE EFECTIVIDAD DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR CÁRNICO A COLOMBIA EN EL PERÍODO 2010-2015" cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Quito, 22 de agosto del 2016

Una firma manuscrita en tinta azul que parece decir 'Karina Pacheco'.

KARINA MARGARITA MONTENEGRO PACHECO
C.C. 1713648663

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mi madre Isabel que es la persona más importante en mi vida, y que me ha acompañado en esta etapa y en muchas más a lo largo de mi vida, a mi hermano que es quién me ha dado ánimo para seguir adelante.

A mi padre y amigos que han sido en quién he recibido apoyo y que seguirán formando parte de este gran camino que es la vida.

Montenegro Pacheco Karina Margarita

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que sin él, el camino fuera difícil hasta imposible, pero su gran amor me permitió culminar con todo lo que me he propuesto y será él el que guíe siempre mi camino para cumplir mis sueños con éxito.

A mi madre Isabel que con todo su amor y sabios consejos a lo largo de mi vida ha hecho de mí una persona cada vez mejor y ha hecho realidad esta etapa de mi vida. Para ella guardo mucha gratitud y respeto.

A mi hermano que ha sido mi compañero en buenos y malos momentos a lo largo del camino y que es mi alegría cada vez que decaía, él es mi ejemplo y por quién deseo ser mejor.

A mi padre que he sentido su apoyo y que su reflejo ha hecho de mí una mujer con muchas aspiraciones.

Y a mis amigos que han sido fundamentales en toda mi etapa de estudiante que han hecho de este viaje más divertido y agradable, también agradezco a Milton y su familia por su apoyo en todo sentido a quienes guardo un profundo agradecimiento y cariño.

Montenegro Pacheco Karina Margarita

ÍNDICE

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
CAPITULO I	2
1 INTRODUCCIÓN	2
1.1 Objeto de Estudio.....	3
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.3 Justificación del Estudio	4
1.4 Objetivo General.....	5
1.5 Objetivos Específicos.....	5
1.6 Marco Teórico.....	5
1.7 Marco Referencial.....	9
1.7.1 Marco Comercial.....	9
1.7.1.1 Análisis del sector	9
1.7.2 Marco Económico	13
1.7.3 Marco documental.....	16
1.8 Marco Conceptual.....	18
1.9 Marco Contextual o Situacional.....	20
1.9.1 Delimitación temporal.....	21
CAPITULO II	22
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.1 Enfoque de investigación.....	22
2.2 Tipología de investigación.....	22
2.2.1 Por su finalidad	22
2.2.2 Por las Fuentes de información.....	22
2.2.3 Por las unidades de Análisis.....	23

2.2.4	Por el Control de Variables	23
2.2.5	Por el Alcance	23
2.2.6	VARIABLES DE ESTUDIO	24
2.2.7	Hipótesis	24
2.2.8	Técnica de Campo.....	24
CAPITULO III.....		25
ANÁLISIS Y RESULTADOS.....		25
3.1	Instrumentos.....	25
3.1.1	Demanda	25
3.1.2	Oferta	30
3.2	Análisis de Datos	33
3.2.1	Balanza Comercial	33
3.2.2	Internacionalización.....	34
3.2.3	Barreras Arancelarias.....	35
3.2.4	Barreras no Arancelarias.....	37
3.2.5	Base Legal.....	37
3.2.6	Efectividad de la Internacionalización.....	39
CAPITULO IV.....		41
4.1	Conclusiones	41
4.2	Recomendaciones	42
BIBLIOGRAFÍA		43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Subpartida Arancelaria de embutidos.....	16
Tabla 2: Resolución de la República de Colombia para la importación de productos alimenticios.....	17
Tabla 3: Evolución de las Importaciones de Embutidos a Colombia.....	27
Tabla 4: Empresas de Embutidos.....	31
Tabla 5: Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas de Embutidos.....	32
Tabla 6: Obstáculos para la internacionalización.....	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ganado de carne en el país.....	11
Figura 2: Gráfico de Exportaciones e Importaciones en el país.	14
Figura 3: Gráfico de la Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas.....	14
Figura 4: Gráfico de Exportaciones por continente, área económica y país.	15
Figura 5: Tabla de consumidores de productos del sector cárnico en el mundo	26
Figura 6: Evolución de las importaciones de Colombia de embutidos.	28
Figura 7: Afectación por sectores por el cambio climático.	29
Figura 8: Pérdidas o ganancias por sector del impacto del cambio climático.....	30
Figura 9: Evolución de las exportaciones ecuatorianas de embutidos.	32
Figura 10: Balanza comercial del sector cárnico entre Colombia y Ecuador. 16. ...	34
Figura 11: Tarifas arancelarias establecidos por Colombia para importar productos cárnicos.....	36

RESUMEN

El presente proyecto surge como resultado del impacto de la economía en el Ecuador en estos últimos años por distintos aspectos y en consecuencia el surgimiento de mecanismos para poder superarlo, es por esto que uno de los métodos que están optando actualmente muchos empresarios y emprendedores es la exportación ya que es un medio sustentable para diversificar su negocio e internacionalizarse, además de generar ingresos tanto para la empresa y para el país. Existen varias ventajas que se han implementado para poder hacer posible la transformación de la Matriz Productiva en el Ecuador y que se refleje en la Balanza Comercial con productos no petroleros, algunas de estas ventajas son los incentivos fiscales al exportador. Para el análisis del proyecto se enfocará en la internacionalización y todo lo que implica en este proceso, ya que existen varios factores que inciden en esta decisión y que puede frenar el desarrollo de una exportación efectiva. Un factor importante son las regulaciones que imponen todos los países y que se deben a motivos políticos, económicos, ambientales y hasta religiosos; a estas medidas se las conoce como medidas para-arancelarias o no arancelarias, y que son algunos de los obstáculos que deben enfrentar las empresas. La investigación se realizó en base a la documentación necesaria del país destino para indagar y encontrar el problema en la internacionalización del sector cárnico a Colombia. Se analiza básicamente el motivo del porque en el período 2010 – 2015 no ha sido recurrente las exportaciones de dicho sector a Colombia y cuál es la respuesta para que sea efectiva la internacionalización, esta información generará conocimiento para los empresarios que encuentran a la exportación como la alternativa para hacer crecer su negocio de cárnicos, y de esta forma tomar una decisión definitiva si se encuentran en las posibilidades de ingresar a este mercado.

Palabras Claves:

- INTERNACIONALIZACIÓN
- BARRERAS NO ARANCELARIAS
- EMBUTIDOS

ABSTRACT

This project comes as a result of the impact of the economy in Ecuador in recent years by various aspects and consequently the emergence of mechanisms to overcome, which is why one of the methods that are currently opting many businessmen and entrepreneurs is export as it is a sustainable means to diversify and internationalize its business and generate revenues for the company and for the country. There are several advantages that have been implemented in order to make possible the transformation of the Matrix Production in Ecuador and that is reflected in the trade balance with non-oil products, some of these benefits are tax incentives to the exporter. For the analysis of the project it will focus on internationalization and everything involved in this process, since there are several factors that influence this decision and can hinder the development of effective export. An important factor are the regulations imposed by all countries and which are due to political, economic, environmental and even religious reasons; These measures are known as para-tariff measures or non-tariff, which are some of the obstacles faced by companies. The Research into documentation it's based on the host country to investigate and find the problem in the internationalization of the meat sector in Colombia was conducted based. Basically analyzes the reason that in the period 2010 - 2015 has not recurred exports of this sector to Colombia and what the response to be effective internationalization is information generated knowledge for entrepreneurs who are export as alternative to grow your business meat, and thus make a final decision if they are in the possibilities of entering this market.

Keywords:

- INTERNATIONALIZATION
- NON-TARIFF BARRIERS
- SAUSAGES

CAPITULO I

1 INTRODUCCIÓN

La evolución que ha tenido en estos últimos años el sector productivo ha sido de forma ascendente, ya que se han creado varios incentivos para el fortalecimiento de varios sectores, además que con ayuda de la tecnología los distintos trámites que se realizan para distintas actividades se han dinamizado.

También con el apoyo de varias entidades gubernamentales, se ha logrado facilitar la información necesaria para cumplir con todos los procedimientos necesarios desde la producción hasta la internacionalización de las empresas, además de informar sobre los lineamientos nacionales e internacionales que se rigen a la exigencia de mercados internacionales.

Estas son algunas de las razones por las cuales se ha visto un crecimiento de emprendedores que han logrado industrializar sus productos con un alto potencial de innovación y tecnificación, además que cuentan con una oferta exportable de alta calidad y con certificaciones que exige el mercado internacional siempre adaptando su producto al mercado destino y cumpliendo con los requisitos específicos que exigen los diferentes países.

Pero es este último punto sobre los requisitos específicos que debemos valorar al momento de la internacionalización, ya que puede ser un obstáculo, es por esto que en el desarrollo del presente proyecto se analizará la efectividad de la internacionalización del sector cárnico que aunque no ha sido muy explorado refleja un gran potencial por lo antes mencionado como la tecnificación de la producción.

1.1 Objeto de Estudio

El estudio del presente proyecto se basa en las exportaciones esporádicas que ha tenido el sector cárnico a Colombia dentro del período 2010 – 2015, por lo tanto se investigará el factor que ha influido en este flujo inconstante y así también analizar la efectividad que tienen la internacionalización de este sector ha dicho país.

1.2 Planteamiento del Problema

La internacionalización es un proceso que deben desarrollar las empresas para condicionar y preparar la salida al mercado internacional ya sea de bienes o servicios, existen varias empresas que este tema ya han abordado en la actualidad, pero que hay que ser analizado ya que existen fenómenos que influyen en esta decisión.

Si se habla de situarse en un mercado internacional en Ecuador existe varias empresas exportadoras de varios productos pero que no todos conocen ya que al hablar de exportaciones de productos ecuatorianos, se viene a la mente, el banano, rosas, camarón, que son parte de los productos de gran potencial del país; pero que además existe una variada y distinta gama de productos que se puede ofrecer, uno de ellos no explorado son los productos del sector cárnico. Al revisar las exportaciones e importaciones que realiza el país con el resto del mundo, el sector de carnes tiene una Balanza Comercial negativa ya que en los últimos años no se ha realizado exportaciones de embutidos.

Existen varias razones por las cuales no se ha podido realizar esta actividad, entre ellas la falta de asistencia técnica que ayude al potencial exportador o al exportador y las barreras creadas por los gobiernos tanto para la exportación e importación de cárnicos, esto reduce la explotación y el crecimiento del sector; además el desconocimiento de herramientas para la internacionalización de productos, hace que no se exista un desarrollo y mejora en la competitividad del sector.

Una vez que se haya podido establecer los indicadores que afectan en este proceso, se podrá conocer cuáles son las medidas a tomar para mejorar la situación y así tener una respuesta que ayude a las empresas ecuatorianas a que puedan realizar la exportación de productos cárnicos a Colombia.

1.3 Justificación del Estudio

La canalización de las necesidades que ha presentado los distintos sectores empresariales, está reflejado en el Plan Nacional del Buen Vivir, cuyo objetivo es el crecimiento económico e industrial en el territorio ecuatoriano y su resultado es el cambio de la matriz productiva; es por esto, que el análisis del proyecto tomará como referencia algunos de estos objetivos de este Plan, además de otros que se mencionarán más adelante. (SENPLADES, 2013)

El proyecto es un tema de actualidad, ya que como se había explicado anteriormente se basa en una realidad que se observa constantemente, que es la internacionalización de productos. El análisis de la efectividad del proyecto será útil para referencia de empresas como JURIS, que se dedican a la producción de embutidos, y que son potenciales exportadores del mismo. Al realizar este análisis de la problemática actual, sus efectos y la posibilidad de expandirse en el mercado internacional, hace de este proyecto un tema interesante y aplicable.

Para la realización de este tema se cuenta con base legal, que ampara la realización del proyecto y su posterior resultado, que será el conocimiento de efectividad del mismo.

El estudio es importante también en términos académicos y prácticos, ya que motivan al estudiante a la investigación, análisis, toma de decisiones y elaboración de estrategias, que son parte de una correcta formación como estudiante y futuro profesional. Además conecta tanto el sector privado como el de la educación, ya que el

estudiante aportará con conocimientos importantes para la gestión de las empresas y su aplicación.

1.4 Objetivo General

Determinar la evolución del sector de cárnicos en el período 2010-2015 y la efectividad de la internacionalización del mismo, mediante evaluación y resolución de interrogantes, para establecer un análisis que influya en el crecimiento, desarrollo e internacionalización del sector.

1.5 Objetivos Específicos

- 1.- Definir las ventajas competitivas de Ecuador con relación al sector cárnico
- 2.- Identificar el potencial mercado de Colombia para la exportación de productos del sector cárnico.
- 3.- Examinar la potencialidad del sector cárnico ecuatoriano para su internacionalización.
- 4.- Analizar la balanza comercial del sector cárnico de Ecuador con Colombia para determinar las posibles medidas de acceso a mercado.
- 5.- Determinar las barreras de entrada que afectan al desarrollo de la industria de cárnicos y su internacionalización a Colombia.

1.6 Marco Teórico

Con la importancia de aumentar la capacidad productiva y fomentar el desarrollo económico del país, Senplades elaboró el Plan Nacional para el Buen Vivir, donde señala que este constituye la guía del gobierno que el país aspira tener y aplicar en los

próximos cuatro años (2013-2017) (SENPLADES, 2013), dentro de este plan se analizan también varios objetivos entre ellos los siguientes.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

Objetivo 12. Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

La internacionalización de cárnicos a Colombia, es un tema que se encuentra dentro de estos objetivos, ya que se apunta a diversificar y generar valor agregado a los productos de las industrias ecuatorianas en este caso a los embutidos, que es un producto final, además se centra en la integración de oferta exportable hacia mercados internacionales.

Al internacionalizar un producto, hay ciertas etapas para valorar y así identificar mercados potenciales.

Revisión Preliminar.- en esta etapa se emplean indicadores a nivel macro para eliminar aquellos mercados que no se ajustan a los objetivos de la empresa (por ejemplo, tamaño del mercado, tasa de crecimiento, grado de ajuste entre las preferencias del consumidor y el producto, rivalidad competitiva, etc.

En la etapa de identificación se valora el atractivo de la industria y se estiman costes e ingresos de una lista de países más reducida como consecuencia de la etapa previa.

Por último, la etapa de decisión final determina el mercado que mejor se ajusta a los objetivos de la empresa y a los recursos disponibles. (BERBEL PINEDA, RAMÓN JERÓNIMO, & VÁZQUEZ CARRASCO, 2012)

Para insertar un producto en un mercado se debe conocer aspectos tanto económicos como técnicos que al evidenciarse dentro de la economía mundial se encuentran en constante dinamismo y cambio, y esto corresponde a diversos factores

como la unificación de mercados, homogeneización de gustos, la globalización de estándares, y el constante crecimiento de la población, que hace que cada vez exista mayor consumo y necesidad de productos diferenciados, todo esto marca un antes y un después en la internacionalización de las empresas.

Según un artículo de la CEPAL, existen ciertas limitaciones que afectan la inserción internacional de las empresas latinoamericanas, el comercio internacional y el mercado internacional de capitales, que se enfrentan a límites que tienen que ver sobre todo con lo que suceda en la economía mundial.

i) Por un lado, las negociaciones comerciales como las del Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), ahora OMC tienen un límite inherente a su propia dinámica, más allá de los resultados de la ronda en curso: tales negociaciones, por concentrarse en áreas de conflicto, no abarcan las estructuras que originan los conflictos.

ii) La regionalización ofrecen un potencial incierto de homologación y desviación de comercio.

Las limitaciones señaladas no son rígidas y es posible que su importancia varíe de maneras inesperadas al pasar los años. Pero de hecho introducen un elemento de incertidumbre en las decisiones empresariales. (CEPAL, 1993)

Bajo esta perspectiva podemos analizar los posibles aspectos que puedan favorecer o entorpecer la internacionalización del sector cárnico, además influye directamente ya que se está hablando también de la regionalización, y ya que Ecuador y Colombia son parte de la Comunidad Andina existen ventajas, una de ellas la homologación.

En este análisis también mencionaremos a (ESTEVADEORDAL & ROBERT, 2001) que explica que a partir de los años noventa se ha dado efectos en las fuerzas paralelas y complementarias de la globalización y regionalismo en la economía mundial.

El intercambio de bienes y servicios, junto con su progresiva liberación a través de la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias entre países, ha sido motor principal detrás de dichos fenómenos.

Es decir que gracias a varias causas mencionadas es posible obtener ventajas con la libre circulación tanto de servicios, productos cárnicos, entre otros.

Este direccionamiento, requiere de un enfoque estratégico, que de algún modo cambie la forma de implementación y efectividad que se busca tanto como empresa y como país.

La liberación de barreras no arancelarias, son procedimientos que realizan los países de acuerdo a sus intereses; es decir, la aplicación como la liberación las adaptan por varios motivos como el proteger su industria nacional y por medidas de prevención, detección, control y erradicación de plagas y enfermedades que puedan ser introducidas a través bien sea de plantas, animales, productos y subproductos de origen animal o vegetal y/o productos biológicos de uso agropecuario.

Se lo llama barreras porque impide el libre acceso comercial al resto de países, aunque se toma como una forma de prevención por los factores antes señalados, y para esto la negociación bilateral o por bloques, trata la apertura y acceso al mercado, reduciendo, homologando o eliminando estas barreras, como han mencionado varios autores.

Todas estas teorías, nos llevan a una sola conclusión, y es el acceso a beneficios por ser parte Ecuador y Colombia del mismo bloque comercial que es la Comunidad Andina, es por esto que el análisis a realizar nos dirá si el sector cárnico se podrá o no acoger a estos mecanismos de facilitación de acceso a mercados.

1.7 Marco Referencial

1.7.1 Marco Comercial

1.7.1.1 Análisis del sector

Haciendo un análisis de las exportaciones ecuatorianas y de acuerdo a la Balanza Comercial de Ecuador, la historia ha demostrado que la economía ecuatoriana depende en gran medida de las exportaciones, las cuales se concentran en su mayor parte en el petróleo y en pocos productos tradicionales, de origen agrícola llamados primarios, tales como: el banano, camarón, café y cacao en grano, atún y pescado, los cuales en promedio para el período 1990-2012 han representado el 78% de las exportaciones totales. En lo referente a exportaciones no tradicionales, el país ha venido logrando crecimientos considerables dentro del periodo de análisis, en el que el producto más significativo es el de las flores que desde el año de 1996 ha venido mostrando cifras interesantes de exportación (CÁRDENAS, 2015). Es por esto que se fomenta la producción de productos elaborados y semielaborados,

El sector cárnico en el Ecuador, según estudios de mercados destaca que el comercio minorista es uno de los sectores más dinámicos y de mayor crecimiento en Ecuador y el mundo (solo en Ecuador ha crecido más del 25% en dos años, tomando como referencia la cantidad de autoservicios actual que es de más de 400), no solo por el aumento en el número de marcas, autoservicios, supermercados y modelos de negocio, sino también porque crea gran cantidad de empleos y de oportunidades a otros sectores, captando el retail como canal hasta el 40 % de las ventas totales en algunas categorías. (CHILE, 2013) Este investigación realizada por la oficina comercial de Chile en Ecuador, demuestra que el 60% de las ventas es captado por los mayoristas, que a su vez exigen varios parámetros entre esos calidad para poder ser exhibidos en sus perchas. Es por esto que grandes marcas nacionales, se han posicionado en Ecuador y tienen

potencial exportable, contando con varias de ellas con estándares de calidad internacionales.

Toda esta producción según la entrevista a Enrique Baquerizo, gerente de la Asociación de Ganaderos del Litoral y Galápagos (Aglyg) realizada por el diario El Comercio se calcula que el 70% de la producción de la carne a escala nacional proviene de la Costa y el 30% restante lo tienen la Sierra y la Amazonía. “Galápagos tiene ganado, pero es para consumo interno y básicamente se concentra en la isla Santa Cruz”. (Mestanza & Velasco, 2015)

En esta noticia del periódico también explica que la ciudad de Manabí es la que lidera la producción ya que el 40% de su producción va para el procesamiento de carne, y le sigue Esmeraldas, Santo Domingo, Guayas, los Ríos y El Oro. Además que es la provincia de Santo Domingo es donde más se comercializa carne de res donde la Asociación de Ganaderos maneja la feria donde llega la mayoría de ganado del país. (Velasco, 2015).

En el siguiente gráfico se muestra lo explicado anteriormente.

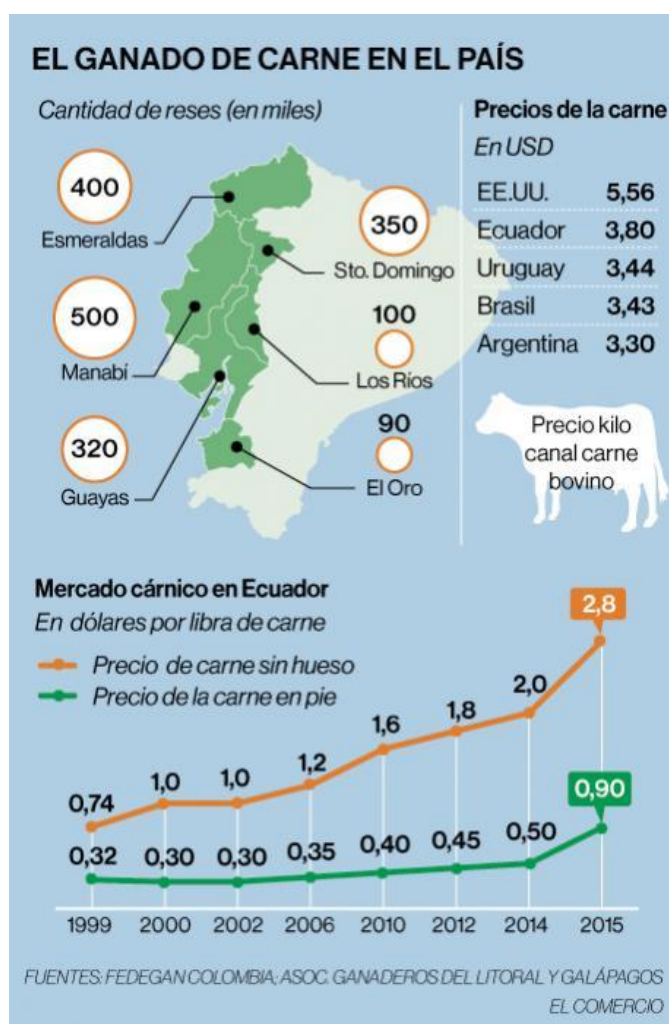


Figura 1: Ganado de carne en el país.

Fuente: Diario el Comercio, 2015.

Con este gráfico demuestra que existen grandes cantidades de producción en el Ecuador y parte de esta es vendida al sector privado empresarial para ser procesada y llevar al consumidor un producto terminado como los embutidos.

Según el INEC se calcula que el negocio de los embutidos mueve unos 120 millones de dólares al año, aunque el consumo anual es de 3Kg por persona y que la demanda crece a una tasa del 5%. Además de todos los embutidos existentes, los más consumidos son las mortadelas y las salchichas que juntas representan el 75% de la producción nacional. (INEC, s.f.)

En Abril del 2015, se firmó una alianza estratégica para el fortalecimiento de la cadena de valor de cárnicos en Ecuador entre el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) de Argentina y el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO); según Alberto Álvarez, embajador argentino, encuentra en el Ecuador un gran potencial a desarrollar en la industria cárnica y en la creación de nuevos centros de faenamiento. (UNIVERSO, 2014)

“Faltan los centros de faenamiento que cumplan con normas internacionales en cuanto a higiene y calidad”, agregó el diplomático, tras la inauguración de un seminario en el que se dieron a conocer las conclusiones de la investigación.

Mencionó que en el país se usa el 46% del ganado bovino, cuando en Argentina se utiliza el 97%. “De los cuernos, de las entrañas, las pezuñas, para alimentación de cerdos; para la medicina, la sangre”, agregó sobre los usos que se dan al animal, y acotó que si Ecuador aprovecha un 90%, también podría exportar.

Añadió que hay 3 proyectos privados para desarrollar centros de faenamiento.

Luis Adur, presidente de Gestión Estratégica de Negocios (GEN), que construye y administra plantas para el sector alimenticio, estimó que un centro de faenamiento podría costar entre \$ 4 y 16 millones.

En el marco del evento se dio a conocer que el Gobierno trabaja en la elaboración de un proyecto de Ley Para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor de Cárnicos, que comenzó el MIPRO, pero se lo transferirá al Ministerio de Agricultura (UNIVERSO, 2014)

De acuerdo a este artículo podemos tener una visión de cómo otros países ven un potencial al sector cárnico del Ecuador, y además que existen ciertas deficiencias que se deben tratar, las cuales se están trabajando, y de esta manera llegar a los altos estándares de calidad internacionales que exigen los países para consumir productos cárnicos, también hay que recalcar el excedente que tiene Ecuador ya que consume muy poca carne y elaborados a comparación de países de la región, es este último donde existe un

gran mercado para ser explotado, y esto han visto los empresarios, pero si se tiene la capacidad de producción, la mejora de las plantas procesadoras, y la demanda que se necesita, el punto más importante son los requisitos a cumplir para exportar.

1.7.2 Marco Económico

En un mundo globalizado según el Gobierno de España “Es un proceso histórico de muchas facetas, políticas, económicas, culturales y medioambientales, que ofrece grandes oportunidades para avanzar en el desarrollo mundial” (España, s.f.), y todo esto es en base al intercambio, cultural, comercial, etc.

En el ámbito comercial cada país es productor, fabricante, vendedor de bienes y servicios, pero a la vez también falta de ciertos productos, servicios, insumos, maquinaria etc., es por esta razón que para proveerse como nación y a la vez proveer a otras nacen las exportaciones e importaciones que es el intercambio comercial de bienes y servicios.

A este intercambio se lo llama comercio exterior y tienen relación con el crecimiento económico de un país, pero existe a la vez discordia entre países sobre la importancia del comercio exterior ya que obedece a las medidas internas o a parámetros geográficos. Es por esto que no es posible deducir la trascendencia de la liberación comercial y crecimiento económico. (Flores)

Para conocer los datos que arroja el comercio exterior existen varias fuentes estadísticas de información, una de ellas es el Banco Central del Ecuador donde esta tanto las importaciones como exportaciones que ha realizado el Ecuador.

En el siguiente grafico podremos observar la evolución del comercio exterior ecuatoriano en los últimos dos años.

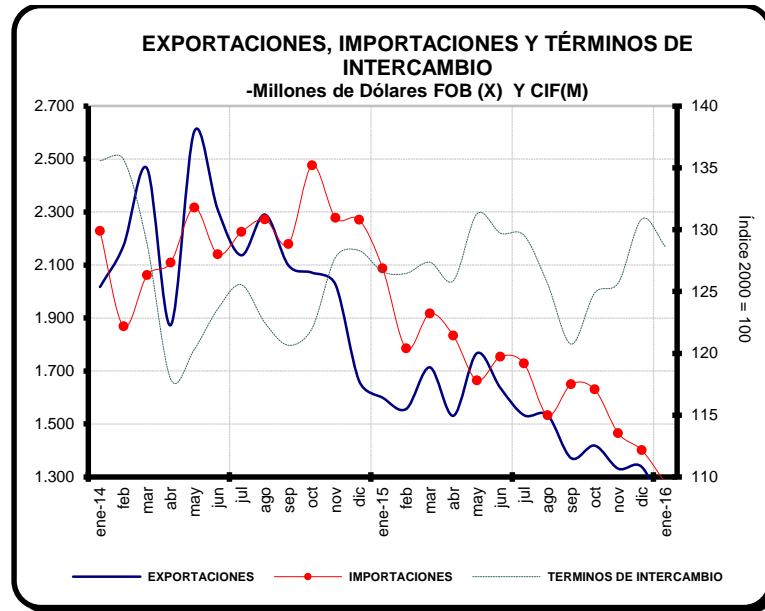


Figura 2: Gráfico de Exportaciones e Importaciones en el país.
 Fuente: Banco Central del Ecuador, 2016

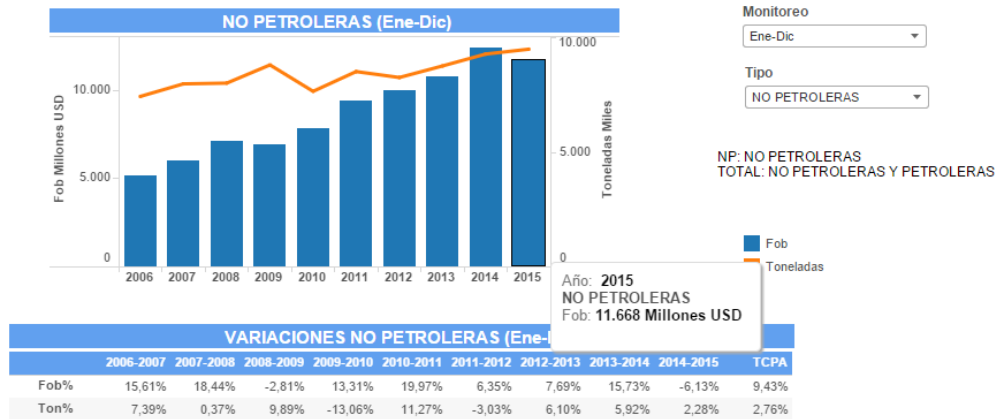


Figura 3: Gráfico de la Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas.
 Fuente: PRO ECUADOR, 2016

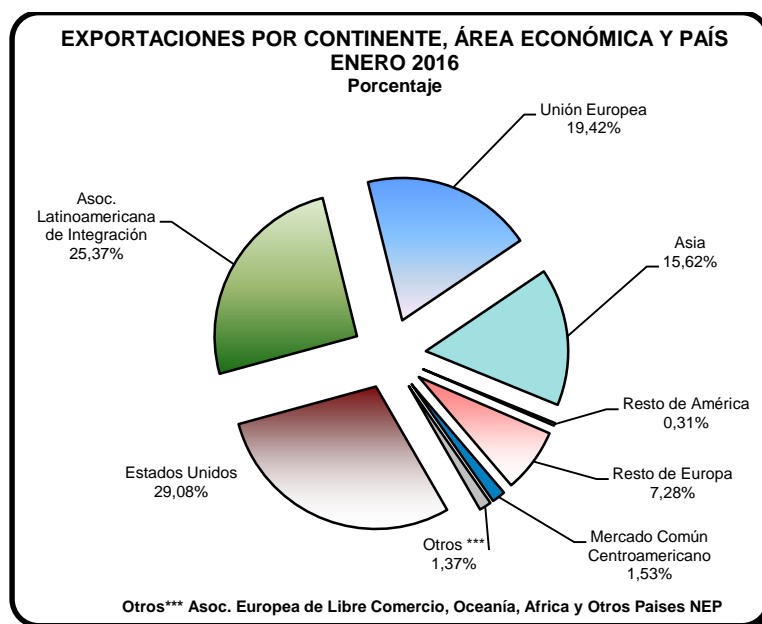


Figura 4: Gráfico de Exportaciones por continente, área económica y país.

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2016

Con esta referencia de cómo se encuentra actualmente el comercio exterior de Ecuador, se observa que priman las importaciones, pero que aun así las exportaciones cada vez van teniendo un mayor alcance y además que la mayoría de los productos que se exportan es para los países de Latinoamericanos.

Siguiendo con el tema de la investigación para evaluar la efectividad de la internacionalización en el caso de embutidos, se debe basar en las exportaciones del producto que se evaluará más adelante y para esto se debe conocer primordialmente la subpartida arancelaria que se mostrará en la siguiente tabla.

Tabla 1:
Subpartida Arancelaria de embutidos

Sección IV :	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS
Capítulo 16 :	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos
Subpartida Regional 16010000 :	Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre;
SubPartida Nacional 1601000000 :	EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS.

Nota: En el cuadro se encuentra tanto el capítulo como la subpartida de productos cárnicos como el embutido en el que va a enfocar la información. Elaborado por el autor.

1.7.3 Marco documental

Desde la formación de las diversas naciones se ha desarrollado una fuerte polémica sobre cómo deben los países instrumentar sus relaciones comerciales con el resto del mundo, y es el pensamiento económico de cada país y gobierno que son los encargados de crear políticas comerciales que pueden afectar al comercio internacional, sea esto por esquemas proteccionistas o de liberación económica. (Torres, 2009)

Dentro de estas políticas comerciales se encuentran las barreras arancelarias y no arancelarias, siendo esta última una de la más importantes al momento de exportar.

Para la exportación de productos cárnicos a Colombia como los embutidos se presentan la siguiente tabla con resoluciones donde explica cuáles son los requisitos para que se realice la exportación.

Tabla 2:
Resolución de la República de Colombia para la importación de productos alimenticios.

RESOLUCIÓN	DETALLE
<p>Decreto N° 1500 de 2007 - Decreto N° 2270 de 2012 modificaciones.</p>	<p>Reglamento Técnico sobre los requisitos sanitarios que se debe cumplir para comercialización, expendio, importación o exportación de carne, productos cárnicos y derivados cárnicos comestibles y se establece procedimiento para habilitar fábricas de alimentos ubicadas en el exterior.</p>
<p>Resolución N° 719 de 2015</p>	<p>Clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública.</p>
<p>Resolución N° 2674 de 2013</p>	<p>Requisitos y documento que se requiere para poder fabricar, envasar o importación para la comercialización en territorio Colombiano</p>
<p>Guía de Auditoría 2015</p>	<p>Establece una guía para auditar y certificar establecimientos exportadores de carne, productos cárnicos, derivados cárnicos de terceros países que desean admisibilidad de sus productos en Colombia</p>

Nota: En las resoluciones se encuentran los requisitos a cumplir para que un producto importado ingrese a Colombia. Elaborado por el autor.

1.8 Marco Conceptual

INTEGRACIÓN.- son procesos o caminos por los cuáles los estados acuerdan voluntariamente tomar decisiones conjuntas para intensificar sus relaciones económicas entre países, mejorar y aumentar el comercio, las relaciones sociales, culturales y lograr ayudas recíprocas, y de esta forma trabajar para que exista menos barreras para tener un beneficio mutuo.

SOBERANÍA.- está asociada al hecho de tener autoridad y poder de ejercer la voluntad política que posee un pueblo para tomar decisiones independientes, este ejercicio lo realiza el soberano es decir la persona que se ha delegado para representarlos.

MATRIZ PRODUCTIVA.- Es la estructura de diferentes actores sociales que se encuentran organizados de tal forma que utilizan los recursos a disposición para realizar actividades productivas.

CERTIFICADO ZOOSANITARIO.- Certificado expedido por una entidad sanitaria competente del país de origen, en el que figura que las mercancías de origen animal se encuentran en un buen estado sanitario y que han cumplido con los requisitos sanitarios exigidos por el país importador.

REGISTRO SANITARIO.- es un documento de régimen sanitario donde se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar e importar un producto que ha sufrido una transformación y que su fin es ser comercializado para el consumo humano

CERTIFICADO DE LIBRE VENTA.- documento otorgado por una autoridad sanitaria en la que constata que los productos alimenticios pueden ser exportados y comercializados en el país destino ya que cuentan con la autorización del

establecimiento para la elaboración de dichos productos y además con el Registro Sanitario.

REGIONALIZACIÓN.- es el proceso de integración de varios países en una zona o región comercial para formar así un bloque económico y tener más oportunidades frente a otros países o potencias.

EMBUTIDOS.- es un producto alimenticio que su ingrediente principal es generalmente carne picada y condimentada envuelta en tripa de cerdo o tripa artificial que puede ser comestible.

BARRERAS ARANCELARIAS.- son tarifas que se imponen a las importaciones y exportaciones y que se deben pagar como un impuesto en la aduana por la entrada o salida de las mercancías. Esta regulación siempre va a ver plasmado en el precio del producto y por ende pagar esta tarifa puede incidir en la competitividad en el mercado para su comercialización.

BARRERAS NO ARANCELARIAS.- son medidas gubernamentales cuyo objetivo es restringir o evitar el libre ingreso de un producto a un determinado mercado, siendo este un objetivo político como prohibiciones o solo subproducto de otra política como requerimientos de embalaje; estas medidas deben estar dentro de los acuerdos de la OMC

FAENAMIENTO.- es un proceso en el que se sacrifica a un animal para obtener su carne y derivados, esta operación se lo realiza en instalaciones específicas llamadas mataderos, donde se ejecuta en condiciones óptimas y sanitarias para el consumo humano

RESOLUCIÓN.- es una medida decretada por una autoridad ministerial, se trata de una normativa que ha sido declarada de acuerdo a las facultades que le otorga la constitución de cada país y que está vinculada a las políticas del sector que tiene a cargo cada ministro.

PROTECCIONISMO.- es una medida de política económica opuesta al libremercado que utilizan los países para proteger la producción y competencia nacional, esta establece obstáculos para el ingreso de bienes de otros países, entre estas medidas esta la aplicación de impuestos o aranceles a la importación para encarecer a los productos y de esta forma no ser competitivos en el país de destino.

POLÍTICA COMERCIAL.- Se define como las medidas que toma un Estado para regular, mantener, alterar o modificar las relaciones y flujos comerciales con el resto del mundo, dichas políticas se aplican a nivel microeconómico utilizando distintos instrumentos como los aranceles.

1.9 Marco Contextual o Situacional

Existen muchas empresas grandes y pequeñas, MIPYMES, asociaciones, etc., que sienten la necesidad de dar una nueva visión a su compañía y quieren internacionalizar sus productos, promocionar, expandirse, es por esto que muchas de estas empresas buscan información acerca del Comercio Exterior.

En el Ecuador, se ha vuelto este tema una gran oportunidad, ya que cada vez más existen países que demandan productos ecuatorianos por su calidad. La mayoría de estos productos son de del sector agroindustrial, pero también existen otros sectores interesados en la internacionalización.

Por estos motivos y porque la industrialización de productos está creciendo, la investigación se basará en información tanto de Ecuador que es el país donde se encuentran varias industrias cárnicas y en el cual se va a desarrollar el estudio de efectividad, y también Colombia; ya que este último es el país donde más se ha exportado embutidos, además existen ventajas estratégicas como el pertenecer al mismo bloque económico que es la Comunidad Andina y de las cuales Ecuador se puede beneficiar con respecto al sector cárnico ya que entre los tratados que se han negociado es la homologación de documentos.

1.9.1 Delimitación temporal

Ya que la internacionalización de un producto tiene indicadores cuantitativos, para este proyecto se basará en las exportaciones de embutidos que son referentes del sector cárnico.

Existen varias herramientas a disposición para evaluar las exportaciones, en este caso se utilizará el Banco Central del Ecuador que puede dar datos de gran importancia para el desarrollo de este proyecto.

Con la información que arrojará el Banco central del Ecuador, se analizará durante un cierto periodo la evolución de los embutidos, este será a partir del 2010 al 2015, que se observa un gran cambio sustancial, objeto de estudio.

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Enfoque de investigación

Enfoque Cuantitativo

Se tomarán datos de las exportaciones de embutidos para poder discernir la problemática y con la información se podrá conocer la efectividad de la internacionalización del sector cárnico a Colombia

Enfoque Cualitativo

También se analizará las barreras que afectan a la internacionalización para poder establecer las causas y la efectividad del tema.

2.2 Tipología de investigación

2.2.1 Por su finalidad

Aplicada

Partiendo de lo mencionado en el marco teórico sobre la internacionalización, se realizará el estudio de la efectividad del mismo, mediante la investigación de los factores que influyen en la internacionalización, como las barreras no arancelarias. Además se basará en leyes y normas que rigen en Colombia en materia de importación de cárnicos, ya que es el país objetivo.

2.2.2 Por las Fuentes de información

Documental

Se basará en normas y leyes que rigen en Colombia en materia de sanidad agropecuaria; para determinar cómo afecta estas leyes y cuál sería la opción más efectiva para continuar con la exportación de embutidos

2.2.3 Por las unidades de Análisis

La investigación se realizará con información tanto de Ecuador como Colombia; es decir se analizará la documentación correspondiente y la información electrónica cuantificable arrojada por entidades públicas y privadas.

2.2.4 Por el Control de Variables

No experimental

Se utilizará este tipo de investigación, ya que se observará los fenómenos que afectan a la internacionalización de cárnicos a Colombia, además se podrá medir algunos factores que intervienen en este proceso y sus variables.

2.2.5 Por el Alcance

Explicativo

En el tema de estudio planteado el tipo de investigación que se utilizará es explicativa, esta consiste en argumentar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué existe dos o más variables que estén vinculadas (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la Investigación, 1997, pág. 78).

De igual forma una investigación que se caracteriza como un estudio explicativo no puede situarse únicamente como tal, también puede contener elementos descriptivos dónde se puede integrar la medición y evaluación de los diversos aspectos a investigar de una forma independiente, es decir que las variables o conceptos serán analizadas por separado (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la Investigación, 1997, pág. 68), por tanto se considerará las diversas resoluciones propuestas para el análisis e identificación de los posibles indicadores que influyen en la internacionalización del sector cárnico a Colombia.

Hay que mencionar que para este método de investigación es necesario tener conocimiento sobre el área a investigar ya que se ofrece la posibilidad de predecir según la interpretación de datos que arroje la investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la Investigación, 1997, pág. 67).

Por lo tanto lo que se pretende con este método de investigación es analizar la relación comercial que tiene Colombia con Ecuador con respecto a los embutidos y de esta forma dilucidar la evolución de la internacionalización dentro del período establecido y cuáles son las razones por las que el comercio pueda verse afectado.

2.2.6 Variables de Estudio

Las variables que se establecerán en el estudio se encuentran en el ANEXO 1

2.2.7 Hipótesis

La internacionalización del sector cárnico al mercado Colombiano dentro del periodo 2010-2015, ha decaído debido a barreras no arancelarias que afectan a la exportación y apertura de nuevos mercados.

2.2.8 Técnica de Campo

La investigación exploratoria es la que metodología de investigación que se va a utilizar en el presente proyecto.

Esta metodología es aquella que examina un tema o problema de investigación que no ha sido abordado antes o no se ha realizado un estudio a profundidad (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997, pág. 59), ya que al no existir una indagación previa del presente tema y mayor información se realizará un análisis para obtener información documental completa acerca del tema a tratar.

Este análisis se hará a las exportaciones de embutidos a Colombia para poder definir si son las barreras no arancelarias que afectan a la internacionalización de este

sector y estudiar a que se debe o cuales son las razones por las que este factor interviene en este proceso.

CAPITULO III

ANÁLISIS Y RESULTADOS

3.1 Instrumentos

3.1.1 Demanda

El consumo de productos cárnicos es alto en los hogares de diferentes países, aunque está en crecimiento la tendencia vegetariana de consumir productos de origen vegetal más no animal, pero en el siguiente gráfico se mostrará la tendencia de consumo de sucedáneos de carne a nivel mundial que refleja que aún se mantiene en la cima esta cultura de consumo.



Figura 5: Tabla de consumidores de productos del sector cárnico en el mundo.

Fuente: Diario El País, 2015

De acuerdo al gráfico anterior Colombia es uno de los países que están dentro de los mayores consumidores de productos cárnico en el mundo con aproximadamente 49 Kg por persona, un valor considerable y que reafirma el potencial que tienen este país para que la industria ecuatoriana exporte estos productos.

De acuerdo a artículos sobre la demanda de embutidos la firma consultora de mercados Kantar Worlpanel, menciona que el 96% de los hogares en la región del Pacífico colombiano consumen carnes procesadas al menos dos veces al mes, estas carnes se incluyen, entre otras, salchichones, jamones, salchichas y demás embutidos. (Barco, 2015)

Cali, Bogotá y Medellín es donde existe más compras de este tipo de productos incluyendo importados y de producción nacional en supermercados, ya que Cali y el

Valle del Cauca existen numerosas empresas que se dedican a esta producción y que son competidores en el mercado nacional.

3.1.1.1 Comportamiento histórico

Se analizará con la metodología del comportamiento histórico de la demanda ya que se obtendrá información estadística sobre la evolución del mercado colombiano en el período 2010 – 2015 con respecto a las importaciones de embutidos, y de esta forma se identificará y analizará los factores y variables que han tenido incidencia en el comportamiento del mismo. (Orjuela & Sandoval, Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos, 2002)

Una vez que se ha investigado sobre el consumo de productos cárnicos en Colombia, para conocer la efectividad de la internacionalización del sector cárnico a dicho país, se debe traer a estudio cuales son los países proveedores de estos productos para este mercado dentro del período a analizar.

Tabla 3:
Evolución de las Importaciones de Embutidos a Colombia

País/Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%Fob
Estados Unidos	401,90	779,71	2.082,85	3.338,28	4.930,84	5.275,46	78%
España	368,13	723,70	523,73	653,22	1.062,31	1.105,74	21%
Canadá				192,07			1%
Ecuador	39,05		37,11				0,4%
Argentina						30,85	0,1%
Reino Unido					38	15,83	0,1%
Francia			3.454		185	83	0,02%
Italia		170	234		230	340	0,005%
Chile			59				0,0003%
Panamá				2			0,00001%
TOTAL	809,08	1.503,41	2.647,69	4.183,57	5.993,15	6.428,88	100%

Nota: En la tabla se encuentra la evolución de las importaciones en miles de dólares dentro del período 2010-2015 el cuál es el periodo a analizar.
Fuente: Trade Nosis Informes de Comercio Exterior, 2016.

Estados Unidos es el mayor proveedor de embutidos dentro del período estudiado abarcando con el 78% de la participación dentro de los 5 años, luego le sigue España con el 21%, mientras que si habla de la habitualidad de las exportaciones a Colombia sigue siendo Estados Unidos y España que lideran la tabla con el 100% de veces y le sigue Italia con el 80%.

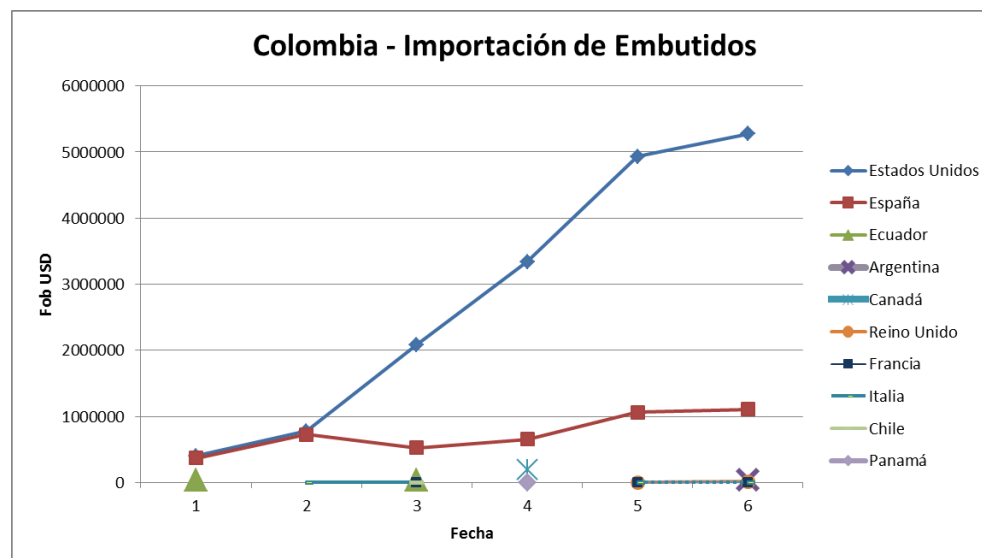


Figura 6: Evolución de las importaciones de Colombia de embutidos. .
Fuente: (Nosis, 2016).

Además se analiza que dentro de la evolución de las importaciones de embutidos este ha sido ascendente en el paso de los años demostrando que en el período 2015 es donde más se registra un aumento de consumo de este producto con un total de \$6.428.314 miles de dólares (Nosis, 2016), liderando Estados Unidos como principal proveedor y también con la apertura de nuevos mercados como es el caso de Argentina, mientras que otros se quedan atrás como Panamá, Chile entre otros. Por último se determina que en el período a estudiar existe un crecimiento de la demanda del 58,90% de acuerdo al Anexo II, siendo este un porcentaje favorable.

3.1.1.2 Tipo de Demanda

El tipo de demanda es “Satisfecha no saturada” y “Demanda cíclica o estacional (García, 2007) ya que este mercado se caracteriza por las dificultades de tipo climático y cultural que afectan al consumo de estos productos.

Por tipo cultural se refiere a la alta informalidad en el manejo de las distribuidoras y comercializadoras y tiende a encarecer los precios al consumidor (Bernal Castillo, 2012), por tanto la diferenciación es que se puede usar herramientas mercadotécnicas (García, 2007) como las ofertas y la publicidad además de la calidad del producto, también al hablar de dificultades tipo climáticas nos referimos a información que revela que el cambio climático afectará a Colombia por ser uno de los países latinoamericanos más propensos a resistir tragedias originadas por este fenómeno (Herrera, 2015), en este panorama se encuentra el incremento de la temperatura y también la escases de lluvia variando por región, y que se hace evidente en zonas rurales y ciudades capitales (Herrera, 2015).

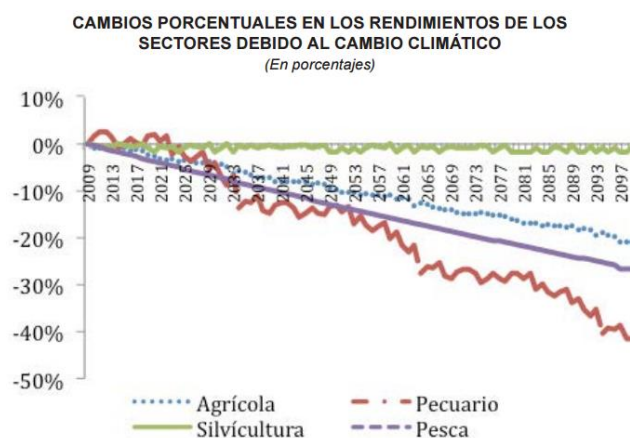


Figura 7: Afectación por sectores por el cambio climático.

Fuente: (CEPAL, 1993)

**PÉRDIDAS O GANANCIAS POR SECTOR DEL IMPACTO DE
CAMBIO CLIMÁTICO EN EL SECTOR AGROPECUARIO**
(En porcentaje)

Sector	Pérdida/ganancia porcentual promedio
Minero energético	3,5
Servicios	-1,92
Transporte	-2,08
Construcción	-2,34
Mineral	-2,52
Maquinaria	-2,74
Energía	-3,09
Agua y residuos	-3,16
Manufacturas	-3,53
Silvicultura	-4,64
Comercio	-4,80
Pesca	-15,81
Alimentos manufacturados	-16,15
Pecuario	-16,88
Agricultura	-23,74

Figura 8: Pérdidas o ganancias por sector del impacto del cambio climático.

Fuente: (CEPAL, 1993)

Los gráficos muestran que según las estadísticas de la CEPAL la evolución de la afectación de varios sectores productivos de Colombia, además que el sector con mayor pérdida son la pesca, la agricultura, alimentos manufacturados y la ganadería (Blanco, 2013).

Esto indica un panorama de cómo se encuentra el sector cárnico en Colombia actualmente y una visión al futuro y de esta forma tomar medidas para que se convierta en una oportunidad comercial para la exportación de los productos cárnicos a éste país.

3.1.2 Oferta

Según la superintendencia de Compañías existe más de 127 empresas legalmente constituidas dedicadas al sector cárnico en la ciudad de Quito (Compañías, 2016), de las cuales las siguientes son las plantas procesadoras de productos cárnicos entre ellos los embutidos y que son las más representativas dentro del mercado ecuatoriano con sus marcas posicionadas y diversidad de productos cárnicos ente ello.

Tabla 4:
Empresas de Embutidos

	NOMBRE DE INDUSTRIAS	NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD
1	INDUSTRIA DE ALIMENTOS LA EUROPEA CIA. LTDA.	LA EUROPEA	Elaboración y comercialización de embutidos, conservas y carnes.
2	ELABORADOS CARNICOS S.A. ECARNI	ALIMENTOS DON DIEGO	Actividades de elaboración y comercialización de embutidos.
3	FÁBRICA JURIS CIA. LTDA	JURIS	Industrialización y procesamiento de carne y fabricación de toda clase de embutidos.
4	PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS C.A. PRONACA	PRONACA	Actividad agropecuaria en todas sus formas y etapas.

Nota: En la tabla se encuentra el nombre de las empresas con más proyección internacional y que se encuentran posicionada dentro del mercado de la comercialización de productos cárnicos. Tomado de Superintendencia de Compañías, 2016.

3.1.2.1 Comportamiento histórico

Al igual que se realizó con la demanda se analizará el comportamiento histórico de la oferta para determinar y analizar los efectos positivos y negativos que influenciaron en los resultados (Orjuela & Sandoval, 2002, pág. 145).

Es por esto que se presenta la evolución de las exportaciones de Ecuador dentro del período 2010-2015, para identificar como se ha desarrollado el sector cárnico en la internacionalización de sus productos.

Tabla 5:
Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas de Embutidos

País/Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% FOB
Colombia	39,65		37,11				99,97%
Estados Unidos			0,02				0,03%
TOTAL	39,65	0	37,13	0	0	0	100%

Nota: En la tabla se encuentra la evolución de las exportaciones en miles de dólares dentro del período 2010-2015. Tomado de Banco Central del Ecuador, 2016.

En la tabla nos muestra que han sido escasas las exportaciones de embutidos y que la participación se encuentra concentrado en Colombia y dentro del período establecido se ha exportado en dos años con un total de \$ 76.760 dólares, mientras que para Estados Unidos ha sido una exportación en el 2012 de \$ 20 dólares que no representa más del 0.03% de tasa de participación.

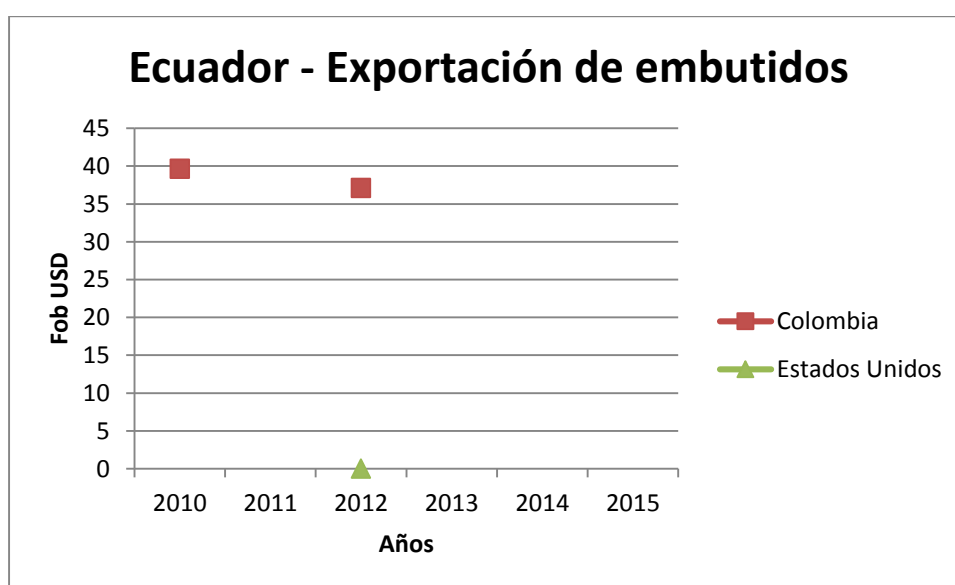


Figura 9: Evolución de las exportaciones ecuatorianas de embutidos.

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Estas exportaciones que no han sido constantes ni habituales se encuentra reflejada en la figura anterior, además que en los últimos 3 años no ha existido ninguna clase de comercialización del producto hacia el exterior.

Es por esto que también se analiza en el proyecto la internacionalización a Colombia por ser el país con mayor acercamiento y participación.

3.1.2.2 Tipo de Oferta

El mercado de los productos cárnicos pertenece al tipo de oferta competitiva ya que existe libre mercado y además hay varios oferentes dentro de la industria del sector cárnico, es por esto que la participación y aceptación del producto está determinada por la calidad del producto, el precio y del servicio que se ofrecen al consumidor (Orjuela & Sandoval, 2002, pág. 139). Este tipo de oferta se caracteriza porque generalmente no predomina ningún productor y esto se demuestra en la información antes mostrada donde existen varias empresas dedicadas a la producción y comercialización de productos cárnicos.

3.2 Análisis de Datos

Al analizar los datos de comercio exterior de los embutidos se detalló la tasa de participación tanto de las importaciones de Colombia como las exportaciones de Ecuador, por tanto la información que arroja me indica que existe un potencial mercado en Colombia, pero que existe otras barreras que se analizarán más adelante por la cual no se ha exportado en la actualidad.

3.2.1 Balanza Comercial

De acuerdo a los datos que se han establecido sobre las importaciones del sector cárnico desde Colombia y las exportaciones de Ecuador hacia el mismo, se establece lo siguiente.

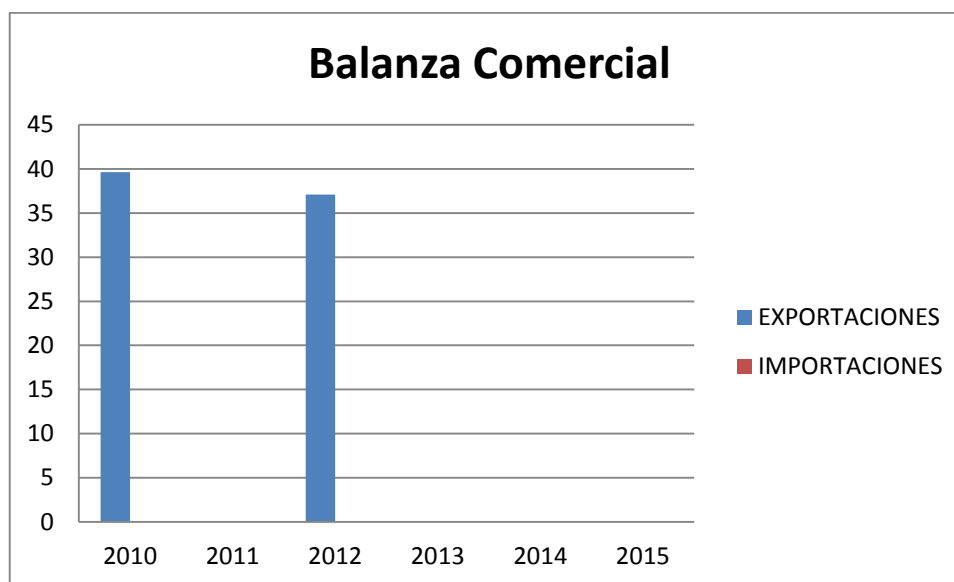


Figura 10: Balanza comercial del sector cárnico entre Colombia y Ecuador.
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016).

De acuerdo al gráfico indica que se tienen una balanza positiva ya que se han realizado exportaciones de productos cárnicos a Colombia, mientras que no se ha importado del mismo ninguna cantidad, por lo tanto al analizar este factor demuestra que existe potencial en la efectividad de la internacionalización del sector cárnico a Colombia.

3.2.2 Internacionalización

Como se mencionó anteriormente y según (Pérez, 2008) existen varias razones para internacionalizarse, como aprovechar la capacidad de producción ociosa, compensar una crisis en el mercado interno, porque el mercado internacional es más rentable, etc.

Pero a la vez esta internacionalización puede encontrar ventajas como obstáculos o dificultades para lograr este fin, en el siguiente cuadro se mostrará un resumen de los obstáculos que una empresa debe tomar en cuenta para lograr este objetivo. (Pérez, 2008, pág. 257)

Tabla 6:
Obstáculos para la internacionalización

OBSTÁCULOS	RAZONES
Financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de créditos para la exportación
Comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de oportunidades comerciales
Logísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de coordinación en el transporte
Culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Idioma • Costumbres
Restricciones legales impuestas por los gobiernos	<ul style="list-style-type: none"> • Barreras Arancelarias.- derechos aduaneros • Barreras no arancelarias.- normas técnicas, de sanidad

Nota: En la tabla se encuentra los obstáculos que se pueden presentar y que se deben tomar en cuenta al momento de internacionalizarse. Tomado de La Revista de la Facultad de Ciencias sociales y Jurídicas de Elche, 2016.

Si se enfoca en aspectos a considerar como empresa esto se maneja de forma interna ya que la solución es la contratación de personal calificado que está en la capacidad de manejar y resolver varios de los obstáculos mencionados como financiero, comercial, logísticos y culturales, pero al hablar como sector como es el fin del presente proyecto, se debe tomar en consideración otro tipo de aspectos como las restricciones legales que se solucionan de forma Gubernamental.

3.2.3 Barreras Arancelarias

Una de las características principales del comercio internacional es el desarrollo de acuerdos comerciales regionales y arreglos comerciales preferenciales (Comercio, 2016) , que hay que tomar en cuenta al momento de elegir un mercado objetivo.

Dentro de los bloques económicos que Ecuador mantiene su participación es el de la Comunidad Andina (CAN), cuyo fin es alcanzar un desarrollo integral, mediante la integración andina de los países miembros que son Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. (Andina, s.f.). Es por esto que se ha establecido algunas decisiones y resoluciones dentro del Acuerdo de Cartagena, en la que la Decisión 416 señala las normas especiales para la calificación y certificación del origen del universo de los productos del territorio de cualquier País miembro para efectos del Programa de Liberación.

Tarifas Aplicadas por Colombia

Producto: 160100 Embutidos y productos similares de carne despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos.
 Socio: Ecuador
 Fuente de Datos: ITC (MacMap)
 Año: 2015
 Nomenclatura: H S Rev. 2012

Régimen Arancelario	Arancel aplicado (reportado)	Arancel aplicado (convertido)	Arancel equivalente ad valorem total
Tarifa arancelaria para países de la CAN	0%	0%	0%
Tercero Países	20%	20%	20%
Tarifa de preferencia regional (ALADI) para Ecuador	14,40%	14,40%	14,40%

Figura 11: Tarifas arancelarias establecidos por Colombia para importar productos cárnicos.

Fuente: (market access map, 2016)

Los aranceles establecidos por Colombia para la importación de productos cárnicos son del 20%, mientras que para países miembros de la ALADI es del 14,40% y para países miembros de la CAN es del 0%.

Como el fin es entrar a un mercado con el arancel más bajo, Ecuador al ser parte de la CAN entra al mercado colombiano con una preferencia arancelaria del 100%, lo cual es beneficioso ya que el producto es de libre ingreso siempre y cuando se cumpla con un certificado de origen que se señala en la Decisión 416 de la CAN, además esto ya no sería un obstáculo para el sector cárnico.

3.2.4 Barreras no Arancelarias

Con respecto a las barreras no arancelarias hay que cumplir con ciertos requerimientos específicos que hay que tomar en cuenta para la internacionalización.

Según Agrocalidad institución pública que tiene facultades como autoridad sanitaria Nacional, en los datos públicos de consulta de su página web muestra los requerimientos específicos de productos tanto agrícolas como de origen animal, en este sistema no indica requerimientos específicos para exportar productos cárnicos a Colombia, lo que quiere decir que no se encuentra abierto el Status Zoosanitario para exportar a dicho país.

En este caso de acuerdo a la base legal que se presenta a continuación, explica cuál es el procedimiento para que sea efectiva la exportación, ya que es un proceso de índole gubernamental.

3.2.5 Base Legal

Para exportar a Colombia productos alimenticios se debe considerar ciertos procedimientos que exige el país para el ingreso de los mismos.

En el marco documental se señaló la legislación Colombiana encargados de direccionar el procedimiento para la exportación de productos alimenticios a Colombia y continuar con el proceso de internacionalización.

3.2.5.1 Decreto N° 1500 de 2007/ Decreto N° 2270 de 2012 modificaciones

En este decreto establece el reglamento técnico donde señala los requisitos sanitarios que deben cumplir las empresas sea de producción, desposte, comercialización, expendio, importación o exportación de productos cárnicos en el territorio Colombiano.

En el Art. 44 indica las condiciones de importación, además de las normas complementarias que debe cumplir el país interesado en exportar a Colombia productos de dicha naturaleza.

- Diligenciar la solicitud con el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)
- Presentar la solicitud de exportación a INVIMA, previo al certificado zoosanitario favorable emitido por el Instituto Colombiano Agropecuario ICA.
- INVIMA deberá realizar una auditoria internacional con el propósito de verificar que el sistema de inspección del país de origen se encuentren en cumplimiento con las normas del presente decreto.
- Posterior a la viabilidad del certificado zoosanitario del cumplimiento de los requisitos previstos, se proferirá una resolución en la que autoriza al país apto para exportar carne, productos cárnicos o derivados cárnicos comestibles a Colombia.
- Una vez realizado esto INVIMA; incluirá tanto al país como a las empresas solicitadas por este autorizados para poder exportar sus productos aptos para el consumo humano.

3.2.5.2 Resolución 719 del Ministerio de Salud y Protección Social

En esta resolución se establece la clasificación de alimentos para el consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública, esto para identificar cuáles son los requisitos sanitarios a cumplir que se encuentra en la Decisión 539

En el anexo técnico el grupo de carnes, productos cárnicos comestibles y derivados cárnicos es considerado como tipo “Ä” Alimento de mayor riesgo es Salud Publica.

3.2.5.3 Resolución N° 2674

Establece que los productos que se van a comercializar en territorio Colombiano, deben cumplir con notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, según el riesgo de salud pública.

En el Art. 37, define cuáles son las excepciones para emitir estos documentos y dentro de este capítulo señala cuales son los requisitos y las condiciones bajo las cuales el INVIMA, debe expedir, en el caso de los productos cárnicos al ser alimentos de mayor riesgo el documento con el que debe cumplir es el Registro Sanitario para su comercialización.

En el Art. 38 señala emitir un Certificado de venta libre expedido por la autoridad sanitaria del país de origen cuando es alimentos importados además de una autorización del fabricante al importador para importar, distribuir, comercializar y asimismo ser titular del Registro Sanitario del producto objeto de trámite en la República de Colombia.

3.2.5.4 Guía de Auditoría y certificación de establecimientos exportadores de productos cárnicos

Esta guía muestra el proceso de autorización que la autoridad sanitaria INVIMA realiza para certificar a los establecimientos de terceros países que desean admisibilidad de sus productos cárnicos en Colombia.

Para el procedimiento se señala los trámites a realizar como los requisitos, documentos, valores y lugar para realizar la gestión.

3.2.6 Efectividad de la Internacionalización

Un primer elemento de análisis se refiere a la demanda y a la oferta, ya que estas dos son positivas hablando de Colombia como consumidor de productos cárnicos y Ecuador como ofertante de dichos productos, esto da una visión más clara para la

efectividad de la internacionalización de estos productos. Pero al considerar si se ha cubierto la demanda de Colombia, los datos arrojan que las exportaciones no han sido efectuadas de manera habitual por lo cual se estudia los aspectos que pueden incidir ese fenómeno.

Existen restricciones legales impuestas por gobiernos para obstaculizar el libre ingreso de los productos, entre estos están las barreras arancelarias, que con los datos obtenidos se demuestra que hay una ventaja competitiva por ser un país miembro de la CAN y que como país accede a una preferencia arancelaria para estos productos.

Otro de las barreras son las no arancelarias, que son aspectos técnicos que se deben considerar, y es en este punto en donde se revela que existe procedimientos que se deben cumplir previo a la internalización, además que se debe aprobar la apertura del status zoosanitario para el ingreso de productos cárnicos a Colombia.

Así que todo esto responde a que este estudio de efectividad es negativo para aspectos de comercialización en Colombia pero que existe caminos para poder convertir en positivo este estudio, y solo se puede hacer posible cumpliendo con los parámetros establecidos por Colombia.

CAPITULO IV

4.1 Conclusiones

- En los objetivos de la matriz productiva, se establece profundizar la inserción estratégica en el mundo, que quiere decir básicamente la internacionalización de bienes y servicios ecuatorianos a través del fomento de las exportaciones, por esta razón el sector cárnico que cada vez tiene más potencial en territorio nacional, tiene probabilidades de expandir toda la oferta exportable hacia mercados internacionales.
- El sector cárnico ecuatoriano es mayoritariamente informal pero con gran potencial, ya que existen varias empresas con tecnificación y con proyección internacional, además que entre ellas hay empresas que son exportadoras de otras líneas de productos.
- Como es normal, cada país establece las normas y procedimientos a seguir por En el periodo 2010-2015 las exportaciones de productos cárnicos como los embutidos no han sido representativas por lo que se analiza las razones por las cuales no ha sido constante la exportación.
- Para exportar a Colombia y a otros países existe requisitos y parámetros que se deben cumplir de acuerdo a la normativa del país de destino, y que debe ser acatado de forma correcta para efectuar una exportación dentro los parámetros legales.
- En uno de los aspectos importantes a considerar como obstáculos para la internacionalización, las barreras arancelarias no se encuentran como un impedimento para la exportación ya que al ser un país miembro de la Comunidad Andina y con los acuerdos que se han establecido, existe preferencia arancelaria del 100% para que estos productos ingresen a Colombia desde Ecuador.

4.2 Recomendaciones

- Al considerar las barreras no arancelarias, se encuentra que según con la normativa legal establecida por Colombia, existe varios pasos para poder ingresar el producto a dicho país, entre ellos está la visita técnica que se debe realizar a la empresa que desea exportar que pueda ser habilitada, además de validar el certificado zoosanitario de exportación.
- En este procedimiento que se debe realizar previo a la exportación definitiva, intervienen varias entidades tanto públicas como privadas, entre ellos está la entidad gubernamental encargada de la emisión del certificado zoosanitario quién será el responsable de abrir el status sanitario en el país destino realizando la negociación correspondiente con la institución homóloga, y también se encuentran el sector empresarial que es el interesado en abrir nuevos mercados y el beneficiado de esta negociación, tras cumplir con el procedimiento establecido.
- Si existe un apoyo mutuo entre sector público y privado, será más fácil establecer políticas que ayuden al empresario y al gobierno, y el primer paso que se debe realizar es el diálogo para que de esta forma conocer las necesidades y elaborar un plan de acción que de soluciones que sean ejecutables.

BIBLIOGRAFÍA

- Andina, S. G. (s.f.). *Comunidad Andina*. Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?tipo=QU>
- Banco Central del Ecuador. (2016). *banco central* . Obtenido de www.bce.fin.ec
- Barco, G. G. (30 de Octubre de 2015). *¿Cuántos embutidos y carnes rojas consumen los caleños?* Obtenido de <http://www.elpais.com.co/elpais/california/noticias/cuantos-embutidos-y-carnes-rojas-consumen-calenos>
- BERBEL PINEDA, J. M., RAMÓN JERÓNIMO, M., & VÁZQUEZ CARRASCO, R. (ABRIL de 2012). *INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS*. Obtenido de <file:///C:/Users/GESCOBAR/Downloads/Dialnet-LaSeleccionDeMercadosPreferentesComoClaveEnLaInter-3907958.pdf>
- Bernal Castillo, K. L. (2012). *Proceso de Transformación de Insumo a Producto cárnico bovino de la Organización HB Carnes PC S:A:S del frigorífico Guadalupe*. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3958/1016016986-2012.pdf?sequence=1>
- Blanco, J. (Marzo de 2013). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL*. Obtenido de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5688/S20121002_es.pdf?sequence=1
- CÁRDENAS, S. (19 de ENERO de 2015). *UEES, UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO*. Obtenido de <http://www.uees.edu.ec/dolarizacion/pdf/1/3-Conf-Sebastian-Cardenas-190115.pdf>
- CEPAL. (1993). REVISTA DE LA CEPAL. *INTERNACIONALIZACION DE EMPRESAS INDUSTRIALES LATINOAMERICANAS*, 74.
- CHILE, P. (NOVIEMBRE de 2013). *PRO CHILE*. Obtenido de http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/1384531955Ecuador_Canal_Cerdo_2013.pdf
- Comercio, O. M. (2016). *Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/rta_pta_s.htm

- Compañías, S. d. (04 de 2016). *Superintendencias de Compañías*. Obtenido de http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Directorio_Companias_NETEZZA%27%5d&ui.name=Di
- España, G. d. (s.f.). *Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación*. Obtenido de <http://www.exteriores.gob.es/PORTAL/ES/POLITICAEXTERIORCOOPERACION/GLOBALIZACIONOPORTUNIDADESRIESGOS/Paginas/InicioGlobalizaci%C3%B3n.aspx>
- ESTEVADEORDAL, A., & ROBERT, C. (2001). *LAS AMÉRICAS SIN BANDERAS - NEGOCIACIONES COMERCIALES DE ACCESO A MERCADOS*. WASHINGTON D.C: BANCO INTERAMERICANO DE DESAROLLO.
- Flores, E. J. (s.f.). *Comercio exterior, crecimiento y pobreza*. Obtenido de Economía y finanzas Internacionales: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/169-comercio-exterior-crecimiento-y-pobreza2>
- García, B. (09 de Octubre de 2007). *SlideShare*. Recuperado el 22 de Marzo de 2016, de http://es.slideshare.net/blanca_garcia/analisis-de-la-demanda
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1997). Metodología de la Investigación. En *Metodología de la Investigación* (pág. 70). México: McGraw - Hill Interamericana de México S.A.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1997). Metodología de la Investigación. México: McGraw- Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1997). Metodología de la Investigación. En *Metodología de la Investigación* (pág. 74). México : McGraw-Hill Interamericana de México S.A.
- Herrera, J. S. (18 de Abril de 2015). *Diario El Tiempo*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/ciencia/impacto-del-cambio-climatico-en-colombia/15532995>
- INEC, I. N. (s.f.). *Ficha técnica de Alimentos*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/co_alimentos.php?id=21174.03.02
- market access map*. (2016). Obtenido de www.macmap.org

- Mestanza, J. C., & Velasco, B. (20 de Mayo de 2015). *Diario El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/costa-produccion-carnederes-ganado-consumo.html>
- Nosis, T. (2016). *Trade Nosis*. Obtenido de <http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Colombia/embutidos--preparaciones-de-carne-de-pescado-o-de-crustaceos-moluscos-demas-invertebrados-acuaticos/CO/1601>
- Orjuela, S., & Sandoval, P. (Diciembre de 2002). *Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos*. Santiago de Chile, Chile.
- Orjuela, S., & Sandoval, P. (Diciembre de 2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Recuperado el 03 de 2016, de <https://emprendeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>
- Orjuela, S., & Sandoval, P. (Diciembre de 2002). *Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos*. Santiago de Chile, Chile.
- Pérez, P. M. (Enero de 2008). *La internacionalización; el verdadero reto pendiente*. Obtenido de <https://revistasocialesyjuridicas.files.wordpress.com/2010/09/03-tl-08.pdf>
- SENPLADES. (2013). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR*.
- SENPLADES, S. N. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito.
- Torres, H. N. (Agosto de 2009). *Zona Económica*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/mexico/politica-comercial>
- UNIVERSO, E. (JUEVES 10 de ABRIL de 2014). *Gobierno busca el fomento de las industrias cárnica y aeronáutica*.
- Velasco, J. C. (20 de Mayo de 2015). *Diario El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/costa-produccion-carnederes-ganado-consumo.html>

