



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CREACIÓN DE UN CLUSTER PRODUCTOR DE CARNE DE
CUI PRECOCIDO EMPACADO AL VACÍO, SU ESTRATEGIA
LOGÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL
DIRIGIDO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - NEW
JERSEY

CAROLINA ELIZABETH PULLAS BOLAÑOS

**Tesis presentada como requisito previo a la obtención del
grado de:**

**INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

Año 2013

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Carolina Elizabeth Pullas Bolaños

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado CREACIÓN DE UN CLUSTER PRODUCTOR DE CARNE DE CUY PRECOCIDO EMPACADO AL VACÍO, SU ESTRATEGIA LOGÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DIRIGIDO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - NEW JERSEY, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, 26 de Junio del 2013

Carolina Elizabeth Pullas Bolaños

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION
INTERNACIONAL

CERTIFICADO

Dr. Edy Realpe e Ing. Alicia Montero

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado CREACIÓN DE UN CLUSTER PRODUCTOR DE CARNE DE CUY PRECOCIDO EMPACADO AL VACÍO, SU ESTRATEGIA LOGÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DIRIGIDO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - NEW JERSEY realizado por Carolina Elizabeth Pullas Bolaños, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a su utilidad como base para el conocimiento y para el desarrollo de una exportación tomando en cuenta los nuevos cambios dentro del sistema Aduanero, se recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Carolina Elizabeth Pullas Bolaños que lo entregue al Ing. Fabián Guayasamín, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, 26 de Junio del 2013

Dr. Edy Realpe
DIRECTOR

Ing. Alicia Montero
CODIRECTORA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Carolina Elizabeth Pullas Bolaños

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo CREACIÓN DE UN CLUSTER PRODUCTOR DE CARNE DE CUY PRECOCIDO EMPACADO AL VACÍO, SU ESTRATEGIA LOGÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DIRIGIDO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - NEW JERSEY, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 26 de Junio del 2013

Carolina Elizabeth Pullas Bolaños

DEDICATORIA

El presente proyecto de tesis lo dedico a mis padres, René Pullas y Alba Bolaños, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi capacidad.

A mis hermanos Bryan y Orlando por apoyarme en todo momento con sus consejos y motivación constante.

A mis amigas Cristina y Tatiana, gracias por compartir los buenos y malos momentos, y con su buen humor que muchas veces me liberaron del estrés.

AGRADECIMIENTO

A Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado.

A mi familia por todo su apoyo y su amor y han sido los pilares fundamentales para salir adelante y hoy culminar esta meta de mi vida profesional.

A los docentes que durante toda mi carrera profesional han aportado con mi formación académica y profesional.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	I
CERTIFICADO.....	II
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	XVIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	1
EXTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
JUSTIFICACIÓN.....	5
OBJETIVO GENERAL	6
CAPÍTULO 1	7
ANTECEDENTES.....	7
1.1. Generalidades del Cuy	7
1.2. Clasificación según sus Características Morfológicas	7
1.3. Especies y Tipos de Cuy	7
1.4. Alimentación del cuy	11
1.5. Ciclo Reproductivo del cuy	13
1.5.1 Edad para la reproducción	13
1.5.2. Empadre.....	15

1.5.3 Cuidado de las gestantes.....	15
1.5.4 Parto.....	16
1.5.5. Lactancia.....	16
1.5.6. Recría.....	17
1.5.7. Engorde.....	17
1.6 Selección.....	17
1.7. Sanidad.....	19
1.8. Instalaciones.....	20
1.8.1. Consideraciones para la construcción del galpón.....	20
1.8.2. Pozas.....	23
1.8.3. Jaulas.....	24
1.9. Faenamiento del Cuy.....	25
1.9.1. Proceso de Faenamiento.....	26
1.9.2. Descripción de Proceso de Faenamiento.....	27
1.9.3 Manual de procedimientos.....	30
1.10 Manejo de desechos.....	32
1.11 Estándares típicos para la exportación.....	33
CAPÍTULO 2.....	34
ESTUDIO DE MERCADO.....	34
2.1 Exportaciones del Ecuador.....	34
2.1.1. Exportadores Ecuatorianos.....	36
2.2. Estudio de la Oferta.....	38
2.2.1. Zonas de producción.....	38
2.2.2. Producción de Cuyes en el Ecuador.....	40
2.2.3. Crianza familiar.....	42

2.2.4. Familiar-comercial	43
2.2.5. Crianza comercial.....	43
2.3. Análisis de la demanda	44
2.3.1. Estudio de la demanda en Estados Unidos.....	45
2.3.2. Comercio Bilateral Ecuador - Estados Unidos.....	47
2.3.3. Demanda Proyección Futura.....	49
2.4. Planteamiento del problema de la investigación	51
2.4.1. Objetivo	51
2.4.1.1 Objetivos Específicos	51
2.4.2. Diseño de la investigación.....	51
2.4.3. Metodología de la investigación	51
2.4.4. Muestra	52
2.4.4.1. Población latina residente en Estados Unidos New Jersey.....	52
2.4.4.2. Fórmula	53
2.4.4.3. Determinación de la muestra.....	54
2.4.5. Diseño del cuestionario	55
2.4.6. Recopilación de datos	55
2.4.7. Análisis de la Información.....	56
4.8. Balanza entre la oferta y la demanda.....	66
CAPÍTULO 3.....	67
ESTABLECIMIENTO Y ORGANIZACIÓN	67
3.1 El Cluster.....	67
3.1.1. Ventajas de un cluster	67
3.1.2. Propuesta del Cluster productor de la carne de cuy.....	68
3.2. Nombre o Razón Social.....	70

3.2.1. Tipo de Empresa	70
3.2.1.1. Constitución de la Empresa.....	71
3.3 Objetivos Empresariales.....	84
3.3.1 Objetivo General Institucional.....	85
3.3.2 Objetivos Específicos Institucionales:	85
3.4 Base Filosófica de la Empresa	85
3.4.1 Visión.....	85
3.4.2 Misión	86
3.4.3 Principios y Valores.....	86
3.4. La Organización	87
3.4.1. Descripción de funciones	89
CAPÍTULO 4.....	92
NORMATIVA, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN	92
4.1. Análisis de la Normativa Legal Nacional e Internacional.....	92
4.2. Análisis de la Normativa Legal Internacional.....	92
4.3. Importaciones a la Comunidad Norteamericana de Carnes y Productos Cárnicos	92
4.3.1. Procedimiento de importación establecido por la FDA.....	94
4.3.2. Requisitos técnicos, de calidad y seguridad.....	95
4.3.3. Requisitos generales de etiquetados para productos alimenticios en los Estados Unidos.....	96
4.3.4. Otros aspectos a tener en cuenta en el Etiquetado.....	100
4.3.5. Ley Contra el Bioterrorismo.....	102
4.3.6. Requisitos Arancelarios.....	103
4.3.7. Clasificación de la mercancía en el arancel de aduanas en Estados Unidos	104

4.3.8. Preferencias Arancelarias y Acuerdos.....	104
4.3.9. Sugerencias al exportador para acelerar el proceso de despacho de aduanas.....	106
4.4. Análisis de la Normativa Legal Nacional	107
4.4.1. Requisitos para ser Exportador	108
4.4.2. Implementación Sistema Aduanero Ecuapass	108
4.4.3. Requisitos y Procedimiento para la Obtención de Firma Electrónica Personas Jurídicas	109
4.4.4. Requisitos y Procedimiento para Obtención de Firma Electrónica Personas Naturales.....	109
4.4.5. Procedimiento para obtención de firma electrónica Personas Naturales y personas jurídicas	110
4.4.6. Registro en el portal del nuevo sistema ECUAPASS	111
4.4.7. Normas Técnicas y Normas de Calidad	115
4.4.7.1. Reglamentaciones de Carácter Sanitario	115
4.5. Descripción del Proceso de Exportación	117
4.5.1. Documentos de Acompañamiento para la Exportación.....	119
4.5.1.1. Documentos Comerciales	119
4.5.1.2. Documentos de Transporte	120
4.5.1.3. Certificado de origen	121
4.5.1.4. Pólizas de Seguros.....	121
4.6 Análisis de la Logística para el Transporte de la Carne de Cuy Precocida desde Ecuador hasta Estados Unidos- New Jersey.....	122
4.6.1. Transporte Interno Nacional	123
4.6.2. Agencia de Carga.....	123
4.6.3. Empresa Aseguradora.....	125

4.7. Embalaje y envase para la exportación.....	126
4.8. Cubicaje	127
CAPÍTULO 5.....	128
ESTUDIO DE MARKETING.....	128
5.1. Marketing Mix Precio.....	128
5.1.1. Producto.....	128
5.1.1.1. Beneficio básicos	128
5.1.1.2. Producto ampliado.....	128
5.1.2. Plaza	129
5.1.3. Precio	130
5.1.4. Promoción	130
5.1.5. Publicidad.....	130
5.1.5.1. Relaciones públicas.....	132
5.1.5.2. Responsabilidad social.....	132
5.1.6. Promoción de ventas.....	133
5.1.7. Canal de distribución.....	133
5.2. Marketing Operativo	135
5.2.1. Imagen corporativa.....	135
5.2.2. Gama cromática	135
5.2.3. Tipografía	136
5.2.4. Logotipo.....	136
5.2.5. Slogan	136
5.2.5.1. Ventajas del Envasado al Vacío.....	136
5.2.5.2. Ventajas de la venta de carne de cuy precocido.....	138
5.2.5.3. Proveedores de Empaques.....	138

5.3. Marketing Estratégico.....	140
5.3.1. Objetivos estratégicos	140
5.3.2. Matriz de estrategia FODA	140
5.3.3. Estrategia de Penetración en el Mercado.....	143
CAPÍTULO 6.....	144
ESTUDIO FINANCIERO.....	144
6.1. Objetivo General	144
6.2. Objetivos Específicos	145
6.3. Presupuestos de Inversión.....	145
6.3.1 Inversión Fija Tangible	145
6.3.2. Inversión fija intangible	150
6.3.3. Resumen de inversión.....	150
6.4. Estado de situación inicial	151
6.5. Presupuesto de ventas.....	152
6.6. Presupuesto de costos.....	153
6.7. Presupuesto de gastos de ventas y administración	154
6.8. Presupuestos De Estados Financieros	155
6.9. Flujos de Caja Presupuestado	156
6.10. Evaluación Financiera	157
6.10.1. Criterios de Evaluación.....	158
6.10.1.1. Valor Actual Neto.....	158
6.10.1.2. Tasa Interna de Retorno.....	159
6.11. Relación Costo- Beneficio	160
6.12 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	161
6.13. Punto de Equilibrio	162

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	164
Conclusiones.....	164
Recomendaciones.....	166
BIBLIOGRAFÍA.....	167

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Necesidades nutritivas del cuy. Nutrient Requirements of Laboratory Animals, 1990.	13
Tabla No.2: Descripción de Proceso de Faenamiento. La Autora.	30
Tabla No 3. Clasificación Arancelaria. Arancel Integrado.	34
Tabla No. 4: Total Exportaciones Carne de Cuy. Banco Central del Ecuador	35
Tabla No. 5: Exportadores ecuatorianos. La Autora.	38
Tabla No. 6: Número de UPA's en el Ecuador. III Censo Nacional Agropecuario realizado en el 2002	39
Tabla No. 7: 10 Principales Proveedores de las Demás Carnes y Despojos Comestibles, Frescos, Refrigerados O Congelados. Trade Map	46
Tabla No. 8: Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Ecuador. Trade Map y Banco central.....	48
Tabla No 9. Demanda proyección futura. La Autora	49
Tabla No. 10: Resultados de la Encuesta Pregunta 1. La Autora.	56
Tabla No. 11: Resultados de la Encuesta Pregunta 2. La Autora	57
Tabla No. 12: Resultados de la Encuesta Pregunta 3. La Autora.	58
Tabla No. 13: Resultados de la Encuesta Pregunta 4. La Autora.	59
Tabla No. 14: Resultados de la Encuesta Pregunta 5. La Autora.	60
Tabla No. 15: Resultados de la Encuesta Pregunta 6. La Autora.	61
Tabla No. 16: Resultados de la Encuesta Pregunta 7. La Autora.	62
Tabla No. 17: Resultados de la Encuesta Pregunta 8. La Autora.	63
Tabla No. 18: Resultados de la Encuesta Pregunta 9. La Autora.	64
Tabla No. 19: Resultados de la Encuesta Pregunta 10. La Autora.	65
Tabla No. 20: Principios y Valores. La Autora.	86

Tabla No. 21: Clasificación de la mercancía en el arancel de aduanas en Estados Unidos. Market Access Map	104
Tabla No. 22: Cotización. Transoceánica.	124
Tabla No. 23: Beneficios Nutricionales. La Autora.....	129
Tabla No. 24: Análisis FODA. La Autora.....	142
Tabla No. 25: Instalación de forraje. La Autora.....	145
Tabla No. 26: Construcción del establecimiento. La Autora.	146
Tabla No. 27: Maquinaria y herramientas. La Autora.....	147
Tabla No. 28: Equipo de computación. La Autora.....	147
Tabla No. 29: Equipos de oficina. La Autora.....	148
Tabla No. 30: Equipo veterinario y sanidad. La Autora.....	148
Tabla No. 31 Cuyes en pie de cría. La Autora.	149
Tabla No. 32: Vehículos. La Autora.	149
Tabla No. 33: Terreno. La Autora.	149
Tabla No. 34: Gastos de Organización y constitución. La Autora.	150
Tabla No. 35: Resumen de inversión. La Autora.	151
Tabla No. 36: Estado de Situación Inicial. La Autora.	152
Tabla No. 37: Presupuesto de Ventas. La Autora.....	153
Tabla No. 38: Presupuesto de Costos. La Autora.....	154
Tabla No. 39: Presupuestos de Gastos de Ventas y Administración. La Autora.	155
Tabla No. 40: Balance de resultados Proyectados. La Autora.....	156
Tabla No. 41: Flujo de Caja Presupuestado. La Autora.....	157
Tabla No. 42: Valor Actual Neto. La Autora.	159
Tabla No. 43: Tasa Interna de Retorno. La Autora.	160

Tabla No. 44: Periodo de Recuperación. La Autora.....	161
Tabla No. 45: Determinación Punto de Equilibrio. La Autora.....	162

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: Total Exportaciones Carne de Cuy en Toneladas. Banco Central del Ecuador	35
Gráfico No. 2: Tasa de Crecimiento (Toneladas). Banco Central del Ecuador	36
Gráfico No. 3. Número de cuyes producidos por provincia. III censo nacional agropecuario realizado en el 2002	40
Gráfico No. 4: Países proveedores de carnes y comestibles frescos. Trade Map.....	47
Gráfico No. 5: Exportaciones de Ecuador. Banco Central del Ecuador	48
Gráfico No. 6: Resultados de la Encuesta Pregunta 1. La Autora.	56
Gráfico No. 7: Resultados de la Encuesta Pregunta 2. La Autora.	57
Gráfico No. 8: Resultados de la Encuesta Pregunta 3. La Autora.	58
Gráfico No. 9: Resultados de la Encuesta Pregunta 4. La Autora.	59
Gráfico No. 10: Resultados de la Encuesta Pregunta 5. La Autora.	60
Gráfico No. 11: Resultados de la Encuesta Pregunta 6. La Autora.	61
Gráfico No. 12: Resultados de la Encuesta Pregunta 7. La Autora.	62
Gráfico No. 13: Resultados de la Encuesta Pregunta 8. La Autora.	63
Gráfico No. 14: Resultados de la Encuesta Pregunta 9. La Autora.	64
Gráfico No. 15: Resultados de la Encuesta Pregunta 10. La Autora.	65
Gráfico No. 16: Eslabones básicos del encadenamiento o cluster. La Autora.	69
Gráfico No. 17: Organización. La Autora	88
Productos.....	138
Gráfico No. 18: Punto de Equilibrio. La Autora.	163

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración No. 1: Cuy Raza Perú.....	10
Ilustración No. 2: Cuy Raza Andina	10
Ilustración No. 3: Línea INTI	11
Ilustración No. 4: Línea Mantaro.	11
Ilustración No. 5: Cuyes en reproducción	14
Ilustración No. 6: Pozas de empadre	15
Ilustración No. 7: Cuyes en Lactancia.....	16
Ilustración No. 8: Orientación del galpón	22
Ilustración No. 9: Techos y ventilación.....	22
Ilustración No. 10: Detalles de puertas, ventanas y techos	22
Ilustración No. 11: Modelo de Pozas	23
Ilustración No. 12: Modelo de jaula.....	24
Ilustración No. 13: Terreno ubicado en San José provincia de Pichincha. La Autora.	68
Ilustración No. 14: Animal and Plant Health Inspection Service.....	94
Ilustración No. 15: FDA. Página Web	96
Ilustración No. 16: Requisitos generales para etiquetado.....	97
Ilustración No. 17: Nutrition facts	101
Ilustración No. 18: Etiquetas Modelos.....	102
Ilustración No. 19: Registro en el portal del sistema ECUAPASS.....	112
Ilustración No. 20: ECUAPASS interfaz. Portal ECUAPASS	113
Ilustración No. 21: Incoterm FOB.....	123
Ilustración No. 22: Empaque.....	126
Ilustración No. 23: Contenedores refrigerados.....	127

Ilustración No. 24: Canal de distribución.....	134
Ilustración No. 25: Logotipo. La Autora.....	136

RESUMEN

Actualmente el Ecuador está dando a conocer sus productos tanto a nivel local como internacional. El estudio que se presenta a continuación está dirigido a las personas interesadas en la exportación de cuyes precocidos empacados al vacío, al mercado de los EEUU. El contexto global, nos muestra cambios notables y determinantes para la economía de nuestro país, lo cual exige mayores niveles de competitividad. Desde esta perspectiva es el Estado, a través de PROECUADOR, que es una entidad encargada de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, promueve la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, además de promover condiciones favorables a través de planes de políticas de desarrollo para que sus sectores productivos puedan desenvolverse en el mercado. El análisis realizado pretende demostrar la factibilidad de este proyecto de inversión, tomando en cuenta el mercado que se tiene para este producto. También se analizará la parte técnica donde se detalla todo lo referente a la logística de importación, los procesos de producción, los insumos necesarios, las tecnologías a ser utilizadas y demás factores que intervienen en el establecimiento óptimo del proyecto a exportar, y finalmente se muestra las conclusiones y recomendaciones a las que se han llegado luego de haber realizado este trabajo investigativo que propone nuevas e innovadoras ideas que servirán de mucho a la hora de empezar a tener una idea de la exportación de este producto, que va en crecimiento en nuestra economía.

EXTRACT

Currently Ecuador is letting people know its products locally and internationally. The research that is bound to be shown is aimed to the people who are interested in the exportation of pre-cooked guinea pigs, which of them are pressured packed towards the market in the United States of America. According to the world context this shows noticeable and determinant changes for the economy of our country, which requires upper levels of competitiveness. For this perspective the Ecuadorian State, through PROECUADOR that is an entity in charge of execute the policies and rules for promoting the exportation and investments of the country, with the aim of promoting the offering of traditional and non-traditional products is the one which will have to promote suitable conditions through plans of policies for developments so that its sectors of production can work properly in the market.

The analysis done pretends demonstrate the factibility of this project of investment, noticing the market we have for this product. Also the technical side will be analyzed in the same part all the referent to the logistics of importation is detailed in this part, also the different processes of production, the necessary insumes, the technologies to be used with its own factors which are part of the optimal establishment of the project to export.

Finally the conclusion and recommendations made after having done this research work offer new and innovated ideas which will be very helpful when the time comes to have an idea of the exportation of this products which is growing in our economy.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día la carne de cuy está siendo valorada en el extranjero, no solo por el público latino andino, sino está siendo aceptada por un público anglosajón.

La preferencia del público norteamericano se debe al gran valor nutricional con un mayor porcentaje de proteínas respecto a otras carnes y bajo en contenido de grasas, de manera que no existen barreras culturales fuertes que impidan la aceptación del cuy como alimento.

Además la carne de cuy empacada al vacío tiene varias ventajas dentro de las principales: la higiene y la calidad. Adicional se puede mencionar que la carne empacada al vacío permite que:

- La carne mantenga su dureza y su textura
- El sabor y la frescura de los alimentos sea más estable.
- La oxidación provocada por el oxígeno es inexistente, y por tanto la putrefacción de los alimentos es nula.
- Los tiempos de conservación de los alimentos son mucho mayores.

En este documento se presenta un estudio de mercado, el proceso de exportación bajo el nuevo sistema de ECUAPASS, la estrategia logística que permitirá llevar el producto hacia los EEUU, posicionarlo y obtener rédito por dicha negociación, así como su perspectiva financiera, en tal virtud, la viabilidad del proyecto está determinada por la puesta en marcha del mismo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cuy es un animal originario de la Región Andina, el consumo de este mamífero en países latinos como Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú es muy representativo, esto por la facilidad y economía en su crianza.

En nuestro país los años comercializando cuyes nos han demostrado la necesidad de incentivar el desarrollo de la crianza de cuyes e impulsar la creación de asociaciones de exportadores de cuyes, con el propósito de obtener grandes volúmenes de exportación, nuestro mercado ecuatoriano está en la capacidad de abastecer mercados grandes como el norteamericano, sin embargo pese al conocimiento sobre las bondades de la carne del cuy, que es un alimento rico en proteínas, pobre en carbohidratos y superior a las carnes de otros mamíferos, la producción de cuyes no se encuentra desarrollada en el Ecuador, no ha existido tal iniciativa por parte de la población en unir fuerzas para la exportación de los mismos y de esta manera abastecer mercados potencialmente atractivos.

Otro de los factores por el cual ha aumentado el consumo de carne de cuy en Estados Unidos es por el incremento de del movimiento migratorio de ecuatorianos hacia dicho país.

Actualmente la cantidad que se produce en el Ecuador, está muy por debajo de lo que se requiere para exportar a pesar de las buenas condiciones climáticas.

JUSTIFICACIÓN

La motivación principal para desarrollar este proyecto ha sido basada en la necesidad que existe de satisfacer a mercados extranjeros en la demanda de carne de cuy brindando un adicional al producto que es la carne de cuy precocida y empacada al vacío.

La demanda por parte del mercado Norteamericano de carne de cuy es mucho mayor a lo ofertado por parte de nuestro país, ya que un solo individuo no está en la capacidad de producir lo suficiente para satisfacer al 100% la misma.

Analizando dichas necesidades se ve la importancia de crear una asociación que esté en la capacidad de abastecer un mercado como estos, la creación de esta asociación tiene como por objetivo satisfacer la demanda del mercado objetivo y poder competir con países como Perú, Bolivia, Colombia, donde la crianza de cuyes es muy representativa.

La carne de cuy ha sido bien aceptada por el consumidor Estadounidense además de nuestro migrantes que se encuentran residiendo en EEUU, ya que es considerada como una carne saludable por poseer alto contenido proteínico, además del tan exótico y delicioso sabor.

OBJETIVO GENERAL

Crear un cluster productor de carne de cuy precocido empacado al vacío, y establecer su estrategia logística de comercialización internacional dirigida al mercado de Estados Unidos - New Jersey.

Objetivos Específicos

1. Analizar las generalidades, crianza, evolución, faenamiento y consumo de la carne de cuy.
2. Determinar la demanda de la carne de cuy en el mercado de los EEUU.
3. Creación de un cluster productor de carne de cuy precocido empacado al vacío.
4. Determinar el proceso de exportación de la carne de cuy precocido empacado al vacío, hacia el mercado de EEUU-NEW JERSEY
5. Establecer la promoción de la exportación de carne de cuy precocido empacado al vacío mediante una estrategia de marketing.
6. Realizar un estudio financiero de la carne de cuy que identifique la viabilidad del cluster.

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES

1.1. Generalidades del Cuy

El cuy o cobaya es un pequeño mamífero del orden de los roedores son originarios de Sudamérica, y su dieta consiste en material vegetal, convirtiéndose en un animal que se cría fundamentalmente con el objeto de aprovechar su carne.

1.2. Clasificación según sus Características Morfológicas

Para la crianza o explotación de cuyes es importante tener un conocimiento de los tipos y especies que existen y algunas de sus características más resaltantes.

1.3. Especies y Tipos de Cuy

Para una crianza o explotación de cuyes es importante tener un conocimiento de que razas son utilizadas para consumo humano y que razas son utilizadas como mascotas.

A continuación se presenta algunas de las razas más conocidas que se usan como mascotas:



Cuy Abisinio.- Es comúnmente llamado “Aby”, conocido como una de las razas más antiguas registradas.

Es de pelo corto y presenta muchas rosetas en su cuerpo (entre 8-12

rosetas). Posee un bigote alrededor de la nariz y su pelaje es de difícil cepillado, ya que el pelo va en muchas direcciones a la vez.



Cuy Baldwins.- Esta raza de cobaya carece completamente de pelo o un mínimo pelo en las patas. Nacen con un poco de pelo y a los 2 meses lo pierden todo. Al carecer de pelo son más sensibles al frío y hay que protegerles de las corrientes de aire.



Cuy Merino.- Tiene el pelo ondulado y largo que forman rizos. Tienen una roseta en la cabeza en forma de corona.



Cuy Peruano.- Posee pelo largo, sedoso, brillante y liso. La longitud de su pelo puede alcanzar los 40 cm. Tienen por lo general, dos rosetas en las caderas y una sobre la cabeza. La única zona de pelo corto es en el frontal del hocico.



Cuy Sheltieo Silkie.- su pelo es suave, denso largo y liso. El cabello crece desde la cabeza, entre las orejas formando una crin. Se trata de un particular cobaya mimoso, ya que además de la suavidad de su pelaje, tiende a tener una personalidad dulce, consiguiendo ser un maravilloso “cobaya faldero”



Cuy Texel.- Esta es una raza muy difícil de cuidar. Su pelo es ondulado y largo formando rizos. Requieren las mismas atenciones que los peruanos pero con la dificultad añadida de que su piel es muy sensible y no responden bien a los tirones de pelo.



Cuy Rex.- Es de pelo áspero, corto y produciendo pequeños rizos.



Cuy Coronet.- Posee pelo largo y liso, presenta una roseta en la cabeza en forma de corona.

A continuación se presenta algunas de las razas y líneas genéticas de los cuyes usadas para el consumo humano.

Cuy Raza Perú

Esta raza es pesada y precoz, originaria de Cajamarca. El color de su capa es alazán con blanco, puede ser combinado o fajado, por su pelo liso, tiene un promedio por parto de 2.61 crías.



Ilustración No. 1: Cuy Raza Perú

Cuy Raza Andina

La raza Andina se caracteriza por su prolificidad y alta incidencia de gestación post parto. Su prolificidad es un promedio de 3.2 crías por parto.



Ilustración No. 2: Cuy Raza Andina

Línea INTI

Es la que mejor se adapta a nivel de los productores ya que logra los más altos índices de sobrevivencia. A las diez semanas alcanza los 800 gramos con una prolificidad de 3.2 crías por parto.

Se comporta como una intermedia, entre las dos anteriores (raza Perú y andina), es un animal prolífico y fácilmente se adapta a los diferentes pisos ecológicos.



Ilustración No. 3: Línea INTI

Línea Mantaro

Se caracteriza por presentar una roseta en la cabeza, pelaje lacio, prolificidad y precocidad en la ganancia de peso. Promedio de 2.64 crías por parto



Ilustración No. 4: Línea Mantaro.

1.4. Alimentación del cuy

Con la finalidad de que los cuyes sean más reproductivos y crezcan rápidamente deben tener una buena alimentación.

El cuy, especie herbívora monogástrica, tiene un estómago donde inicia sudigestión enzimática y un ciego funcional donde se realiza la

fermentación bacteriana; su mayor o menor actividad depende de la composición de la ración.

Realiza cecotrófia para reutilizar el nitrógeno, lo que permite un buen comportamiento productivo con raciones de niveles bajos o medios de proteína.

El cuy se alimenta de toda clase de hierbas; en especial de forraje sin embargo el forraje como único alimento, no satisface los requerimientos de los cuyes en producción, pero si se lo combina con un balanceado concentrado los cuyes alcanzarán crecer, y reproducirse rápidamente. Lo mismo pasa cuando se combina un concentrado más Agua, más Vitamina C, en el caso que solo se les alimente con productos secos ya que el cuy requiere de fuentes como el agua y vitamina C.

Con una buena alimentación y un manejo adecuado, un macho adulto puede llegar a pesar más de 2 k, las hembras adultas preñadas 2.5 kg. y las hembras vacías y primerizas de 1 a 1.5 kg.

Es muy importante conocer los requerimientos nutritivos del cuy ya que de esta manera nos permitirá elaborar raciones balanceadas que logren satisfacer las necesidades de mantenimiento, crecimiento y producción.

NECESIDADES NUTRITIVAS DEL CUY

Nutrientes	Unidad	Etapa		
		Gestación	Lactancia	Crecimiento
Proteínas	(%)	18	18-22	13-17
Energía Digestible	(kcal/kg)	2 800	3 000	2 800
Fibra	(%)	8-17	8-17	10
Calcio	(%)	1,4	1,4	0,8-1,0
Fósforo	(%)	0,8	0,8	0,4 0,7
Magnesio	(%)	0,1-0,3	0,1 0,3	0,1 0,3
Potasio	(%)	0,5-1,4	0,5-1,4	0,5-1,4
Vitamina C	(mg)	200	200	200

Tabla No. 1: Necesidades nutritivas del cuy. Nutrient Requirements of Laboratory Animals, 1990.

1.5. Ciclo Reproductivo del cuy

El cruce de la hembra y el macho da lugar a la fecundación de un embrión que luego dará origen a un nuevo animal. Se debe conseguir al menos 10 o 12 hembras y un macho.

A continuación se presentan las etapas más importantes:

1.5.1 Edad para la reproducción

El momento más oportuno para iniciar la reproducción o realizar el primer apareamiento, varía entre los 2.5 y 3 meses de edad en las hembras y entre los 3 y 3.5 meses de edad en los machos, La edad de reproducción puede prolongarse hasta los 2 años de edad, tanto en machos como en hembras; sin embargo, a mayor edad por lo general se tiene algunas

dificultades tanto para el parto y para la lactación por ello lo ideal es obtener de cada madre 5 a 6 partos luego destinarlos a la saca.



Ilustración No. 5: Cuyes en reproducción

Ciclo Estral.- Los cuyes son poliestrales durante todo el año. Los celos aparecen cada 16 días y es la época propicia para que la hembra quede preñada. El ciclo estral desaparece con la preñez.

Pubertad.- Se conoce así a la edad en que los cuyes han alcanzado la madurez sexual y son capaces de tener crías. La pubertad depende en gran parte de la calidad de la alimentación y el manejo.

Los cuyes son muy precoces. En las hembras la pubertad puede aparecer a los 25 días, por lo que se hace necesario realizar el destete a tiempo para evitar que sean servidas por sus padres al estar en la misma poza. En los cuyes machos la pubertad es más lenta y llega a los 60 y 70 días de edad.

1.5.2. Empadre

Este proceso consiste en juntar a las hembras y los machos para que realicen la reproducción, a esos animales se les conoce como reproductor. En las pozas de empadre por cada macho se ubica de 6 a 12 hembras.

La extensión de las pozas o corralitos para empadre depende del desarrollo que alcanzan los cuyes, así por ejemplo: en un corral de 1 x 1 m, pueden manejarse cómodamente de 6 hebras adultas y 1 macho, en pozas de empadre de 1.5 x 1m, teniendo siempre en consideración el tamaño de las hembras.

La formación de estos lotes se hacen a los tres meses de edad, ya que es en este periodo en donde se alcanza los pesos necesarios tanto para la reproducción, es muy difícil alcanzar con exactitud la fecha de parto, puede tomarse como promedio con fines de desarrollo de población, u largo de periodo de gestación de 65 días.



Ilustración No. 6: Pozas de empadre

1.5.3 Cuidado de las gestantes

Las hembras gestantes son muy susceptibles a los abortos debido a ciertas causas, como pueden ser:

- Cuando son obligadas a aparearse demasiado jóvenes.
- Sobre densidad en las jaulas.
- Exceso de gordura o físicamente débiles.
- Cambios bruscos de temperatura.
- Temperatura elevada permanente.
- Peleas, sustos.
- Exceso de manipuleo, traslado, etc.

1.5.4 Parto

La hembra que se encuentra próxima a la parición, se debe separar del grupo, la hembra luego de las contracciones y dilataciones genitales expulsa a sus crías, las mismas que nacen con una membrana, las que son lamidas e ingeridas por la madre durante el parto.

1.5.5. Lactancia

La lactancia es muy importante para la vida de las crías, la leche materna es altamente nutritiva, desde el punto de vista proteínico y energético.

Es por eso que el destete debe darse después de 30 días, después de este período las crías tendrán que pesarse y ser separadas por sexos.



Ilustración No. 7: Cuyes en Lactancia

1.5.6. Recría

Uno de los mayores problemas que se ha presentado en la crianza del cuy, ha sido el manejo de los machos desde el destete hasta los 3 ó 4 meses, pues se logra buenos resultados manejando en esta etapa a los machos en grupo de 10 animales en pozas o corrales de un área de 1.5 x1m.

Cuando la recría se realiza con las hembras los problemas son menores ya que no muestran esa agresividad que presentan los machos cuando llegan a la madurez sexual; esto permite formar grupos de hembras en mayor número; construyendo pozas de 1.5 x 1m con una capacidad para 15 hembras.

1.5.7. Engorde

Después del tiempo de lactancia se desteta a las crías y se pasan a otras pozas para su crecimiento y engorde.

Es necesario suministrar los concentrados que están constituidos por una ración balanceada, sobre todo a los en la reproducción y en la última etapa de engorde.

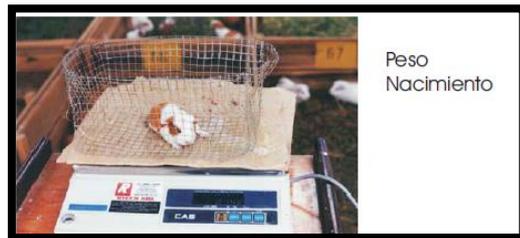
1.6 Selección

Es la actividad mediante el cual se seleccionan a los cuyes para el beneficio o consumo. La edad óptima se considera a partir de los 3 meses o 4 meses y con un peso vivo de 1200-1400 gramos, también puede haber saca de reproductores al finalizar su edad reproductiva o que no son aptos y/o haya fertilidad, y su peso será mayor.

Para esta selección se recomienda tomar en cuenta las siguientes características

Los animales que formen parte del plantel cuyícola deben ser los mejores convertidores de alimento, es decir, que alcancen un buen peso en corto tiempo. Las características recomendadas para seleccionar buenos animales son:

- Pelo corto que siga una misma dirección sobre el cuerpo. En cuanto al color de pelo se recomienda la mayoría de colores desde el blanco hasta el rojo y las combinaciones, se deben descartar los colores oscuros debido a que pigmentan la carne y presentan menor convertibilidad. Cuerpo compacto de forma rectangular, pecho amplio, cabeza corta, nariz y hocico redondo, temperamento tranquilo.
- Buen peso al nacimiento (1200 – 1400 gramos)
- Crías que provienen de camadas pequeñas alcanzan mejores pesos que las crías de camadas numerosas
- Para realizar una selección con fines cárnicos se deben agrupar animales de la misma edad y pesos similares, tomando como únicas referencias el peso vivo y el tamaño de la camada.
- Durante la recría puede apreciarse un buen crecimiento de algunos animales. Estos son los que debe seleccionarse para mejorar cada vez más el plantel de cuyes.
- Para el reemplazo del plantel debe escogerse a los animales de mayor tamaño al destete y que hayan desarrollado bien durante la recría.



1.7. Sanidad

Una parte fundamental al momento de la crianza de cuyes es el control de las enfermedades, pero más que el control es importante la prevención, por lo cual debemos preocuparnos en reducir todas las oportunidades de infección evitando que se extienda de un animal a otro.

Dentro de las enfermedades que pueden sufrir estos animales son las siguientes:

- **Salmonelosis**

Es la enfermedad de mayor incidencia en la crianza de cuyes basta una situación de estrés para activarla.

- **Neumonía**

Se da en los cambios bruscos de temperatura, puesto que son poco resistentes a las corrientes de aire y humedad.

Normalmente los animales mal alimentados y débiles son los primeros en enfermarse.

- **Enfermedades Parasitarias**

Se da por las condiciones higiénicas y sanitarias de los corrales, sobrepoblación animal y la crianza con otras especies domésticas.

1.8. Instalaciones

El material para usar en la construcción deberá ser acorde al lugar de instalación.

1.8.1. Consideraciones para la construcción del galpón

El Galpón es la mejor alternativa en una explotación cuyícola, se compone de pozas de empadre o maternidad, pozas de recria y pozas para reproductores. Este tipo de instalaciones nos permiten separar a los animales por edad, sexo y clase lo que no se hace en el sistema tradicional.

El piso de cada una de las pozas se compone de tres capas: una capa de arena, una capa de cal y encima una capa de viruta especialmente en los sitios húmedos. En las zonas o lugares secos se coloca solo la capa de viruta para mantener el calor. Esta capa debe ser de 20 a 30 centímetros de espesor y se cambia cada mes o cuando se humedezca.

Algunas consideraciones que se debe tomar en cuenta en la construcción de esta instalación son:

- El galpón debe tener buena ventilación, y buena iluminación es por esto que este debe tener una orientación de norte a sur de manera que permita una mayor radiación solar, de esta manera se podrá

mantener una temperatura uniforme durante el día, así como mejorar la desinfección natural del galpón.

- El cuy es un animal sumamente sensible, por ello en los ambientes se requiere considerar y mantener un clima entre 18 a 25 °C.
- Se debe como mínimo construir dos puertas, una que será utilizada como acceso al galpón y otra que será utilizada para salida de desechos.
- Se debe tomar en consideración los espacios que serán requeridos para materiales e insumos.
- Las puertas, ventanas y pisos serán de materiales que brinden seguridad é impidan el ingreso de animales extraños, como ratas, comadrejas y otros predadores.
- Es conveniente que la instalación disponga de amplios aleros, sobretodo en zonas lluviosas, para resguardar las paredes de la humedad por efecto de la lluvia.
- Los materiales que se pueden usar en la construcción son adobe, ladrillo, madera; todo dependerá de la zona de construcción.
- Es necesario contar con un botiquín veterinario que deberá contener los medicamentos para los cuyes del galpón y una sala de hospitalidad (para los tratamientos, curaciones del cuy y/o sala de cuarentena).

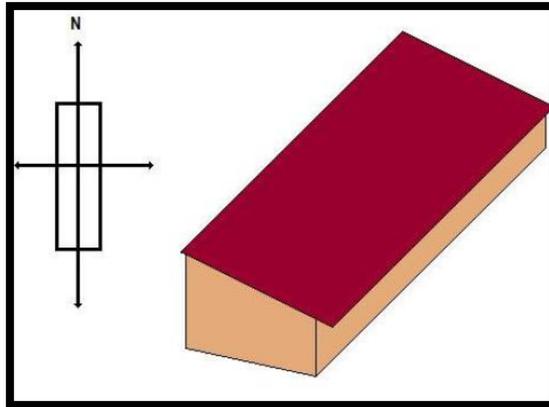


Ilustración No. 8: Orientación del galpón

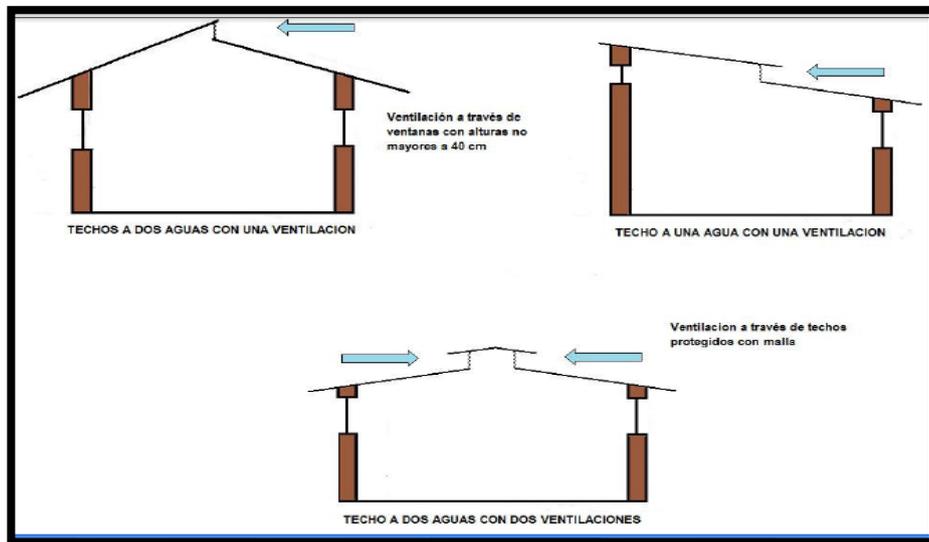


Ilustración No. 9: Techos y ventilación

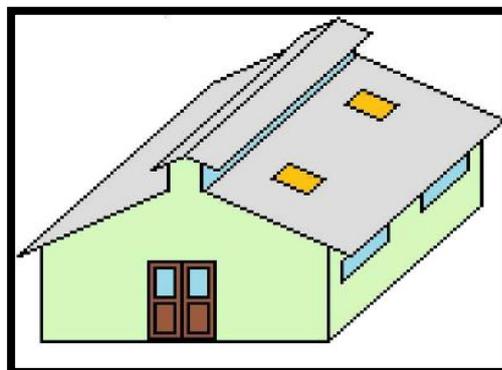


Ilustración No. 10: Detalles de puertas, ventanas y techos

1.8.2. Pozas

Las pozas son construcciones dentro de los galpones sus medidas y formas van a variar de acuerdo al espacio que se disponga, al igual que los materiales.

Estas instalaciones permiten tener grupos por edad, sexo, tamaño y condición. Además que facilitan a la alimentación, distribución, limpieza, un mejor control sanitario. Pueden ser construidas de mallas, ladrillos o madera. Son fáciles de construir y su costo es bajo, el piso puede ser de tierra con una base de paja, coronta molida, para absorber la humedad.

Las pozas pueden ser para:

- Hembras gestantes.
- Hembras para empadre.
- Hembras destetadas.
- Machos destetados.
- Hembras con cría.
- Machos reproductores.
- Animales enfermos.



Ilustración No. 11: Modelo de Pozas

El tamaño de las pozas es bastante relativo, estando de acuerdo al tamaño de la instalación o área que se dispone, no existe una medida fija y segura, pudiendo ser de 1.2 m x 1.5 m aprox.

1.8.3. Jaulas

Las jaulas son construido de madera con mallas metálicas, de hasta cuatro pisos de altura máxima: 1.60 m por 1.60 m dependiendo de los espacios y manejo (tipo de empadre mixto / continuo y controlado).



Ilustración No. 12: Modelo de jaula

1.9. Faenamiento del Cuy

La propuesta del presente proyecto especifica la comercialización de la carne de cuy precocido y empacado al vacío.

Los cuyes que se ofertarán pesarán entre los 1200-1400 gr y con edades de 2 a 4 meses que son las edades óptimas para el faenamiento de cuyes.

A continuación se presenta el proceso de faenamiento:

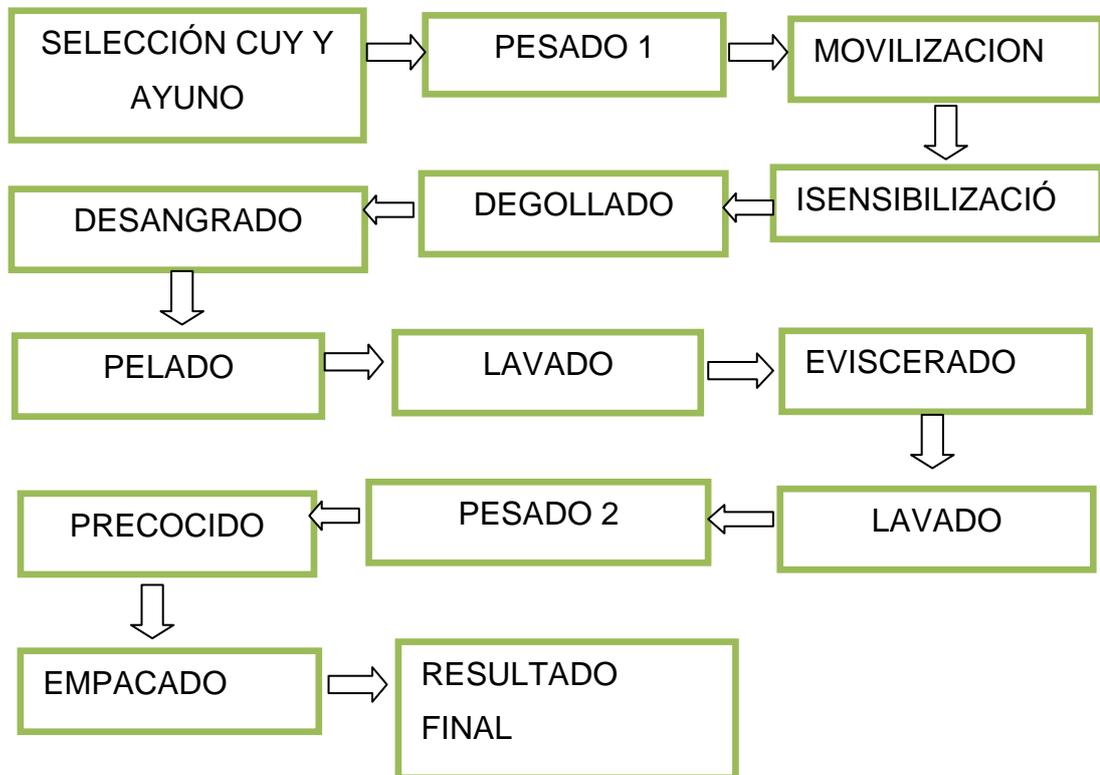
Maquinaria y Equipos:

- Aturdidor eléctrico para cuyes
- Máquina peladora de cuyes
- Congelador
- Balanzas
- Estufa a gas
- Ollas
- Bandejas plásticas
- Bolsas de polietileno para empacar a vacío

Uniformes requeridos para el personal

- Uniformes Blancos y delantales
- Guantes y Botas
- Mascarillas

1.9.1. Proceso de Faenamiento



Elaborado por: Carolina Pullas

1.9.2. Descripción de Proceso de Faenamiento

Descripción de Proceso de Faenamiento

SELECCIÓN	Se selecciona a los cuyes que han cumplido de 3 a 4 meses de edad.	
AYUNO	Se recomienda para mayor facilidad no alimentar al animal previo al sacrificio (por lo menos 15 horas antes), ya que facilita el proceso de la limpieza del interior del animal.	
PESADO 1	Se procede a tomar al animal del cuello y pesarlo, solo se escogerán a los que pesan por lo menos de 1200-1400 gr.	
MOVILIZACION DEL ANIMAL	Transporte del animal vivo al camal de faenamiento.	

<p>INSENSIBILIZACIÓN:</p>	<p>Por medio de aturdimiento eléctrico lo insensibilizan al animal para poder dar comienzo al faenamiento. De esta forma, el animal entra más relajado.</p>	
<p>DEGOLLADO Y DESANGRADO</p>	<p>Una vez insensibilizado el animal degollado, Se realiza un corte en el cuello, a la altura de la vena yugular para el desangrado.</p>	
<p>PELADO</p>	<p>Se sumergen a los animales en agua a una temperatura de de 60 grados centígrados durante 10 segundos y se realiza el pelado con la ayuda de máquinas peladoras.</p>	
<p>EVICERADO</p>	<p>Se le extraen todas las vísceras al animal.</p>	

<p>LAVADO</p>	<p>Se limpia al animal para sacar los restos de sangre o tejidos con agua a presión.</p>	
<p>PESADO 2</p>	<p>Se realiza el último pesaje</p>	
<p>PRE COCCIÓN</p>	<p>La carne es sometida a un proceso de pre-cocción previo a ser empacada al vacío</p>	
<p>EMPACADO</p>	<p>El envasado al vacío consiste en la eliminación total del aire dentro del envase, sin que sea remplazado por otro gas.</p>	

RESULTADO FINAL	<p>Este es el resulta de la carne ya empacada al vacio lista para la refrigeración y ser exportada.</p>	
REFRIGERACIÓN o CONGELACIÓN		
<p>Las bandejas empacadas al vacio se ubican en el interior del cuarto de refrigeración. La temperatura a la que se conserva depende del tiempo en que deberá permanecer la carne en el frigorífico hasta la salida del mismo.</p>		

Tabla No.2: Descripción de Proceso de Faenamiento. La Autora.

1.9.3 Manual de procedimientos

A continuación se presenta un manual de procedimiento en donde se determinará la eficacia del procedimiento de faenamiento:

Simbología

Operación	
Inspección	
Almacenamiento	
Transporte	
Demora	

Actividades	Tiempo (Minutos)	O	T	I	D	A
Selección	1,00					
Pesado 1	0,45					
Movilización del animal	3,00					
Insensibilización	0,30					
Degollado y desangrado	1,05					
Pelado	1,00					
Eviscerado	1,45					
Lavado	2,00					
Pesado 2	0,45					
Pre cocción	5,00					
Empacado	3,92					
Refrigeración o congelación	7,00					
Sumatoria	26,62	22,17	3	1,45	0	7,00

Análisis

Con el manual de procedimientos presentado se llega a la conclusión que el proceso tiene un 83,28% de eficiencia

1.10 Manejo de desechos

Área de desechos

Con la finalidad de evitar la contaminación y garantizar la inocuidad del ambiente el centro de faenamiento, deberá disponer de áreas especialmente adecuadas para el tratamiento y/o almacenamiento temporal de los residuos sólidos y con un sistema adecuado para el tratamiento de los efluentes generados.

Eliminación o manejo de desechos

Deberán contar con un crematorio, horno incinerador o cualquier otro sistema que permita eliminar el riesgo sanitario para la salud pública y salud animal.

Eliminación de condenas y residuos orgánicos

El estiércol de cuy puede servir como abono del suelo para sembrar la alfafa que sirve como alimento para estos animales.

Los abonos orgánicos tienen unas propiedades, que ejercen unos determinados efectos sobre el suelo, que hacen aumentar la fertilidad de este. Básicamente, actúan en el suelo sobre tres tipos de propiedades:

Los abonos orgánicos favorecen la aireación y oxigenación del suelo, por lo que hay mayor actividad radicular y mayor actividad de los microorganismos aerobios.

Los abonos orgánicos constituyen una fuente de energía para los microorganismos, por lo que se multiplican rápidamente.

1.11 Estándares típicos para la exportación

Peso Cuy vivo: 1,200 gramos

Edad: 3 a 4 meses

Sexo: Machos o hembras descartadas para reproducción (Vírgenes)

Color: Pelajes claros (colorado, Blanco, Bayo y combinaciones), con Orejas claras o del color del manto.

Sanidad: Libre de enfermedades infecciosas y parasitarias

Externas: Sin lesiones en la piel (cortes y heridas)

CAPÍTULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Exportaciones del Ecuador

La posición arancelaria que le corresponde a la carne de cuy es la 0208.90.00.00, utilizada para la exportación de cuyes faenados, procesados y bajo cadena de frío, sin embargo al ser es una partida residual y al no constar en la nomenclatura arancelaria con el nombre específico, generará que dentro de esta partida arancelaria se encuentran también otros productos similares, lo que da lugar a que no exista un dato real a nivel estadístico que determine el monto de exportaciones efectivo de la carne de cuy.

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Sección I:	ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL
Capítulo 02 :	Carne y despojos comestibles
Partida Sist. Armonizado 0208:	Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados
Sub Partida Regional 02089000:	- Los demás

Tabla No 3. Clasificación Arancelaria. Arancel Integrado.

De acuerdo a los datos proporcionados por el banco central la demanda de carne de cuy en Estado Unidos ha presentado la siguiente variación desde el año 2006

Los registros de exportaciones se expresan en la siguiente tabla:

TOTAL EXPORTACIONES CARNE DE CUY

SUBPARTIDA NANDINA: 0208900000

DESCRIPCION: Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados

PAIS: Estados Unidos

AÑO	TONELADAS	FOB - DOLAR	TASA DE CRECIMIENTO FOB-DOLAR	TASA DE CRECIMIENTO TONELADAS
2006	13,88	44,28		
2007	14,57	30,39	4,97	-31,36
2008	11,13	17,29	-23,61	-43,10
2009	15,18	31,77	36,39	158,50
2010	16,58	34,31	9,22	7,99
2011	10,53	25,89	36,48	-24,54

Tabla No. 4: Total Exportaciones Carne de Cuy. Banco Central del Ecuador



Gráfico No. 1: Total Exportaciones Carne de Cuy en Toneladas. Banco Central del Ecuador

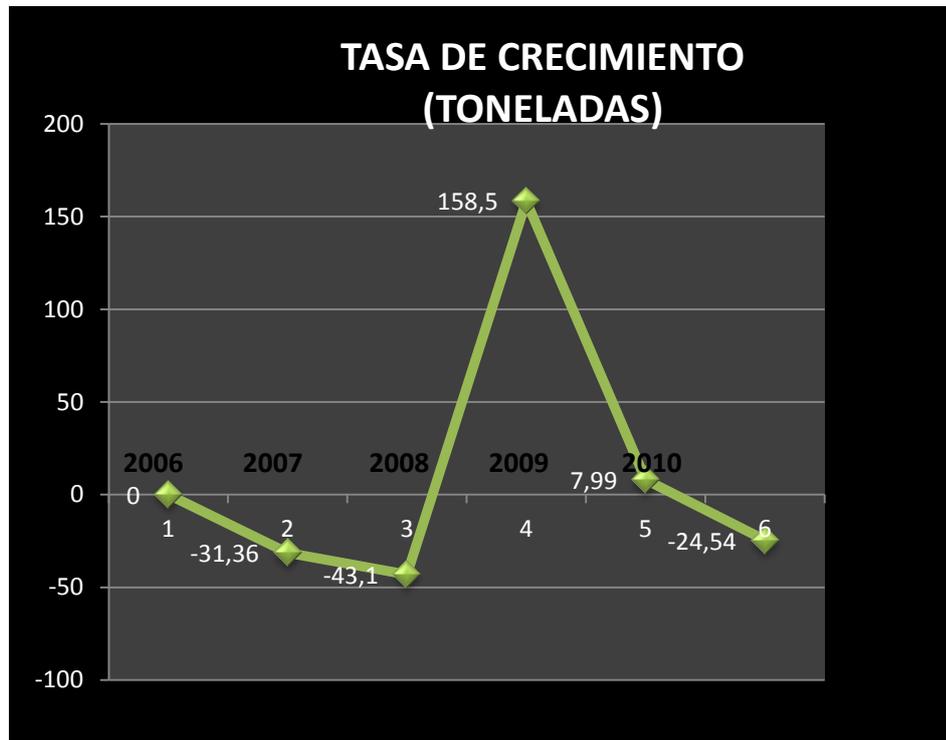


Gráfico No. 2: Tasa de Crecimiento (Toneladas). Banco Central del Ecuador

Analizando las cifras en peso – kilos de la exportación de carne de cuy podemos notar que el decremento más representativo se da entre los años 2007 y 2008 con el -23,61%, mientras que el año en donde se muestra el mayor incremento de las exportaciones es entre los años 2008 al 2009, ya que del año 2009 al 2010 muestra un incremento mínimo del 9,22%.

2.1.1. Exportadores Ecuatorianos

Nuestra competencia directa se concentra en su mayoría a pequeños productores y muy pocos grandes productores, sin embargo la desventaja de los pequeños productores es que tienen un manejo semi-tecnificado.

A continuación se presenta algunos de los exportadores de carne de cuy en nuestro país:

Lista de Exportadores de Carne de Cuy

RAZON SOCIAL	RUC	DIRECCION	ACTIVIDAD ECONOMICA
IMPORTADORA Y EXPORTADORA PRODUSA S.A.	099130594700 1	GUAYAS / GUAYAQUIL / KM 10.5 VIA A DAULE CROTOS SOLAR 27 Y CEDROS	ROCESAMIENTO Y ELABORACION DE ALIMENTOS
CONTRERAS ULLOA VICENTE OSWALDO	010161522700 1	AZUAY / CUENCA / AUTOPISTA CUENCA AZOGUES S/N	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE ALIMENTACION
EXPORTADORA LA SERRANITA EXPOSERRANITA CIA. LTDA.	179200832800 1	PICHINCHA / QUITO YANAYACU E1-58 Y AV. PEDRO VICENTE MALDONADO	ELABORACION, INDUSTRIALIZACION, MANUFACTURA Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, CARNES, LACTEOS Y BEBIDAS.
MIYAQUIL S.A.	099230855900 1	GUAYAS / GUAYAQUIL / VENEZUELA 4507 Y 16 AVA.	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS AGRICOLAS
CORPORACION DE PRODUCTORES CUYICOLAS SEÑOR CUY	069172575800 1	CHIMBORAZO / RIOBAMBA / JUAN DE DIOS MARTINEZ 6	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE CUYES.
VALLEJO NARVAEZ NELLY GRIMANEZA	040086679400 1	CARCHI / MONTUFAR / CARRERA LOS	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN PICANTERIAS

		ANDES S/N Y MEJIA	
TRADEXMEGA S.A.	099277743500 1	GUAYAS / GUAYAQUIL / ACACIAS 1207 Y LAURELES - COSTANERA	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DE ORIGEN AGROPECUARIO
SUPER CUY	189172974600 1	TUNGURAHUA / AMBATO / VIA YACULOMA S/N	CRIA DE CUYES
CONTRERAS ULLOA VICENTE OSWALDO	010161522700 1	AZUAY / CUENCA / AUTOPISTA CUENCA AZOGUES S/N	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE ALIMENTACION.

Tabla No. 5: Exportadores ecuatorianos. La Autora.

2.2. Estudio de la Oferta

2.2.1. Zonas de producción

La crianza de este animal representa un gran potencial de desarrollo para quienes disponen de poco espacio para criar vacunos y ovinos. Además, de sus bajos costos de producción y rápido retorno económico.

La propuesta se impulsa ya que la exportación de carne de cuy se está incrementando cada año más.

Según el III Censo Nacional Agropecuario realizado en el 2002 (el último censo realizado), presenta la siguiente información por UPAs (Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos) en cada provincia de Ecuador y número de cuyes producidos en cada una de ellas.

Las unidades de producción agropecuaria son las unidades de información del censo nacional agropecuario, de las cuales se recogieron datos a través un cuestionario censal.

NÚMERO DE UPAs EN EL ECUADOR		
PROVINCIA	UPAs	Número
Azuay	68.084	1.044.487
Bolívar	21.223	274.829
Cañar	20.146	291.662
Carchi	7.038	104.786
Chimborazo	57.340	812.943
Cotopaxi	36.564	498.178
El Oro	2.581	27.840
Esmeraldas	192	1.535
Galápagos	4	17
Guayas	1.519	15.479
Imbabura	15.353	212.158
Loja	27.001	342.243
Los Ríos	763	7.689
Manabí	1.877	19.426
Morona Santiago	6.369	106.873
Napo	290	3.659
Orellana	336	2.767
Pastaza	549	9.853
Pichincha	19.741	266.107
Zonas no asignadas	240	1.868
Total	287.210	4.044.399

Tabla No. 6: Número de UPA's en el Ecuador. III Censo Nacional Agropecuario realizado en el 2002

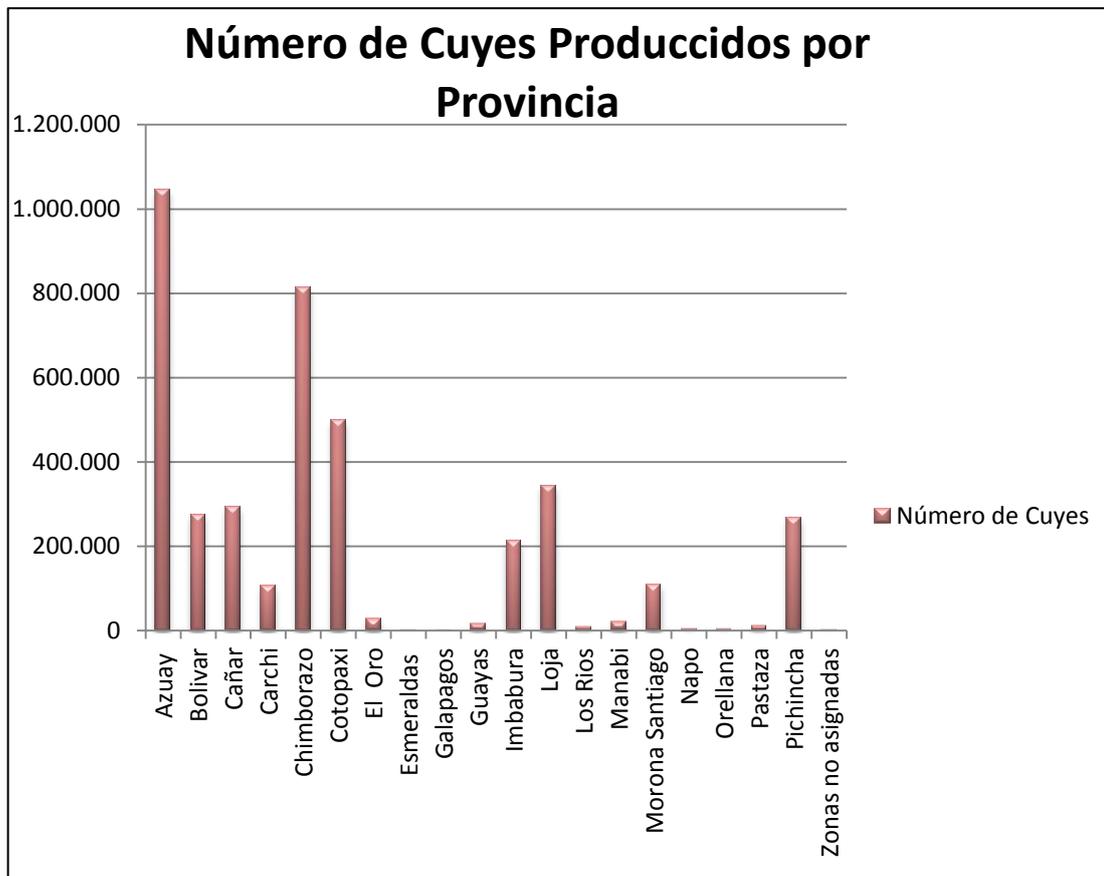


Gráfico No 3. Número de cuyes producidos por provincia. III censo nacional agropecuario realizado en el 2002

2.2.2. Producción de Cuyes en el Ecuador

Hoy en día el cuy ha dejado de ser visto como un animal de consumo familiar. Con el tiempo se ha convertido en un producto que gana demanda tanto en el mercado nacional e internacional, el cuy se lo viene ofertando de variadas formas para su venta: faenados, empacados al vacío, transformados en embutidos, asados, a la brasa.

Hace más de 15 años, la producción de este roedor se limitaba a las cocinas de los hogares tradicionales para consumo interno. Luego trascendió a los restaurantes, hasta llegar a los mostradores de los

supermercados internacionales, principalmente por la alta calidad de la carne, rica en proteínas. Este éxito se debe a que la producción ha empezado a tecnificarse, ya no se crían en cuartos, ahora hay procesos especiales, se los separa por edades, se los alimenta con pastos bien tratados.

Entre las provincias de mayor producción de cuy son Azuay, Chimborazo, Cotopaxi, Loja y Pichincha.



Según un último censo realizado por el INIAP (2008), existían 21 millones de cuyes, de estos el 35% correspondían a hembras reproductoras, lo cual significa que existen alrededor de 13 millones disponibles para el consumo.

Según el técnico, esos 13 millones no son suficientes para la demanda ya que aún existe un déficit de alrededor de 40%”.

Para un mejor entendimiento tanto de la oferta como de la demanda de la carne de cuy en el Ecuador, se hará un estudio de mercado identificando los diferentes fines que en los países del área Andina se tiene para la producción de carne de cuy.

Se ha podido identificar tres diferentes niveles de producción, caracterizados por la función que ésta cumple dentro del contexto de la unidad productiva. Los sistemas de crianza identificados son el familiar, el familiar-comercial y el comercial. En el área rural el desarrollo de la crianza ha implicado el pase de los productores de cuyes a través de los tres sistemas.

En el sistema familiar el cuy provee a la seguridad alimentaria de la familia y a la sostenibilidad del sistema de los pequeños productores. El sistema familiar-comercial y comercial generan una empresa para el productor, la cual produce fuentes de trabajo y evita la migración de los pobladores del área rural a las ciudades.

2.2.3. Crianza familiar

El Ecuador se caracteriza por cría de cuyes a nivel familiar. Es el sistema más difundido, y se distingue por desarrollarse en el seno de la familia, fundamentalmente a base de insumos y mano de obra excedentes. El cuidado de los animales corre a cargo de los hijos en edad escolar y del ama de casa y en menor medida del esposo.

Este sistema es el que predomina en las comunidades rurales del Ecuador, donde los cuyes y campesinos comparten una misma

habitación. Los animales son criados exclusivamente para el consumo familiar ya que este sistema de crianza no permite obtener niveles buenos de reproducción, crecimiento y engorde.

Los insumos alimenticios empleados son por lo general forrajes, residuos de cosechas y de cocina. El lugar destinado a la cría es normalmente la cocina, donde el calor del fogón protege a los animales de los fuertes cambios de temperatura que caracterizan a la región andina. En otras zonas se construyen pequeñas instalaciones colindantes con las viviendas, y se aprovechan los recursos disponibles en la finca. El tipo de cuy que predomina en este sistema de crianza es el criollo.

2.2.4. Familiar-comercial

La crianza familiar-comercial en Ecuador es una de las alternativas que genera empleo en las zonas rurales de la parte sierra y disminuye la migración de la población y hace explotar mucho más sus recursos y tierra de sus propiedades, es tecnificada con animales mejorados en su mayoría y con parámetros productivos y reproductivos que permiten una rentabilidad económica para la explotación. No existen problemas de comercialización, la producción se oferta bajo forma de animales vivos para el consumo o para la cría; en general se comercializan en la misma granja a través del intermediario. Los precios se fijan de acuerdo al tamaño del animal.

2.2.5. Crianza comercial

El sistema de cría familiar-comercial genera empleo y permite disminuir la migración de los pobladores del área rural. En este sistema se mantiene una población no mayor de 500 cuyes.

Se ponen en práctica mejores técnicas de cría, lo cual se traduce en la composición del lote. La alimentación es normalmente a base de subproductos agrícolas y pastos cultivados. En algunos casos se complementa con alimentos balanceados. El control sanitario es más estricto.

La cría se realiza en instalaciones adecuadas (las pozas de cría) que se construyen con materiales de proveniencia local. Los cuyes se agrupan en lotes por edad, sexo y clase, razón por la cual este sistema exige mayor mano de obra para el manejo y mantenimiento de las pasturas.

Con el apoyo de varias organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, en las comunidades rurales del Ecuador se están implementando programas para difundir y aplicar este sistema de crianza como una solución a los problemas socio-económicos de los campesinos.

2.3. Análisis de la demanda

Demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos y en condiciones de adquirir, en función de los diferentes niveles de precios posibles, en determinado período de tiempo.

La demanda de este producto es eventual ya que no se lo consume a diario y por lo tanto esta se da en una forma ocasional, para satisfacer los gustos del consumidor final.

El Producto a ofertar está dirigido hacia el mercado de Nueva Jersey en Estados Unidos, puesto que en uno de los Estados donde se encuentran las comunidades de peruanos, ecuatorianos y colombianos que consumen cuy en tierras propias, lo cual nos indica que nuestro producto será aceptado en el mercado objetivo.

2.3.1. Estudio de la demanda en Estados Unidos

La información que se presenta a continuación fue tomada del Banco Central del Ecuador y de PROECUADOR, la información del Banco Central del Ecuador es considerada información oficial ya que contiene los datos que fueron declarados por los exportadores ante las autoridades competentes.

Para una mejor lectura de la información mostrada a continuación, notar que las cifras detalladas utilizan (.) para expresar los decimales y (,) para expresar los miles. Los valores mostrados se encuentran expresados en miles de dólares y se encuentran ordenados por el Valor Total Importado / Exportado 2007-2011.

La siguiente información presenta los principales 10 países proveedores de las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados correspondientes a la subpartida 0208.90, a Estados Unidos de América.

A continuación se presentan los 10 principales proveedores de las **demás Carnes Y Despojos Comestibles, Frescos, Refrigerados O Congelados**, correspondiente a la subpartida 0208.90, a Estados Unidos de América:

Exportadores	VALORES EXPRESADOS EN MILES USD						Tasa de crecimiento promedio anual (TCPA)*
	Valor Importado en 2007	Valor Importado en 2008	Valor Importado en 2009	Valor Importado en 2010	Valor Importado en 2011	Valor Total Importado 2007-2011	
China	15,956	13,393	17,310	18,751	23,094	88,504	9.68%
Nueva Zelanda	11,002	13,273	10,002	10,824	12,892	57,993	-
Canadá	5,264	5,613	5,351	4,510	4,699	25,437	-
Australia	1,521	895	1,284	756	987	5,443	-
Viet Nam	502	359	131	103	360	1,455	-
Taipei Chino	84	75	98	194	101	552	-
Reino Unido	65	54	63	74	59	315	-
Hong Kong (China)	5	90	81	71	45	292	73.21%
Tailandia	27	58	62	60	62	269	23.10%
Suecia	87	-	-	-	-	87	-

Tabla No. 7: 10 Principales Proveedores de las Demás Carnes y Despojos Comestibles, Frescos, Refrigerados O Congelados. Trade Map

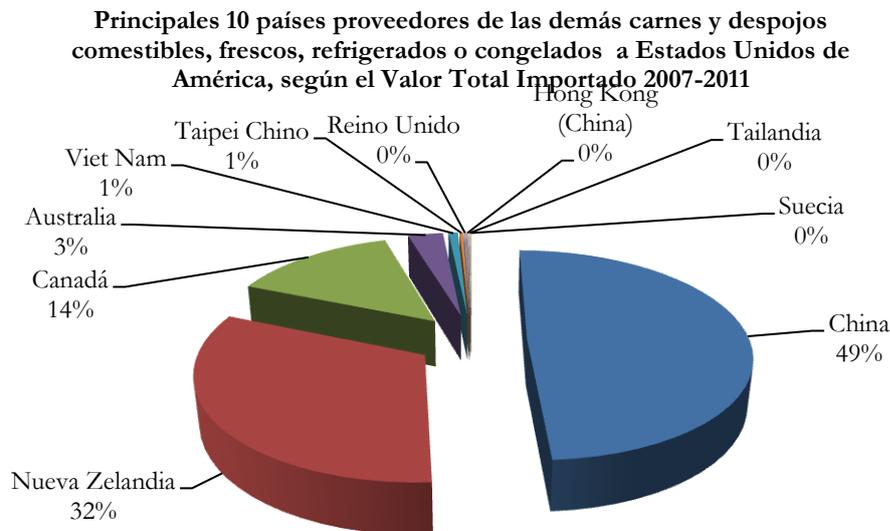


Gráfico No. 4: Países proveedores de carnes y comestibles frescos. Trade Map

Como conclusión podemos observar que el principal proveedor de carne las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados, es China.

2.3.2. Comercio Bilateral Ecuador - Estados Unidos

La importancia de Estados Unidos para Ecuador como principal socio comercial, ha ido incrementando con el paso de los años. Del total de las exportaciones ecuatorianas el 50, 92% está destinada hacia el mundo y el 49.08%, está destinado al mercado estadounidense.

Estados Unidos es el principal mercado para las exportaciones de Ecuador y también el principal proveedor de sus importaciones, sin embargo estadísticamente, Ecuador no puede considerarse como un socio importante para Estados Unidos, pero sí lo es para varios de los productos que exporta: somos abastecedores principales en banano, camarón, filetes de tilapia, flores, madera de balsa y concentrado de maracuyá.

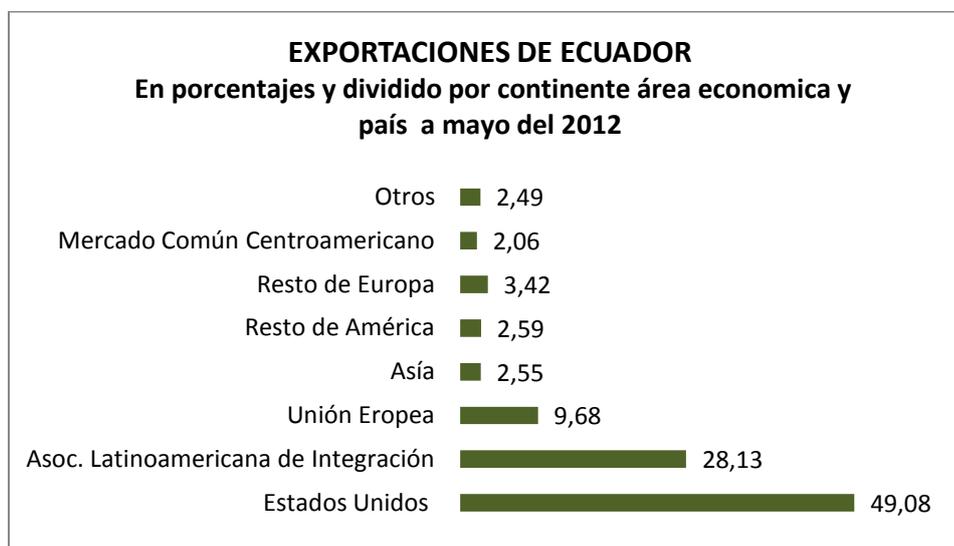


Gráfico No. 5: Exportaciones de Ecuador. Banco Central del Ecuador

Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Ecuador del producto las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados correspondiente a la subpartida 0208.90

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA:

Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América importa desde Ecuador			Estados Unidos de América importa desde el mundo		
		Valor en 2009	Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2009	Valor en 2010	Valor en 2011
0208909000	Carne y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados, nep	15,18	16,58	10,53	3,211	3,077	3,118

Tabla No. 8: Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Ecuador. Trade Map y Banco central

Como conclusión llegamos a que el principal destino de exportación del Ecuador de las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados correspondiente a la subpartida 0208900000 es Estados Unidos

2.3.3. Demanda Proyección Futura

Se proyectará mediante la ecuación lineal donde:

n= años históricos y año actual

y= oferta histórica y año actual

x= determinante

x²= determinante elevado al cuadrado

x*y =multiplicación demanda por

y²= oferta elevada al cuadrado

Años	x Tiempo	y Ventas (Miles USD)	x ²	xy
2006	1	44,28	1	44,28
2007	2	30,39	4	60,78
2008	3	17,29	9	51,87
2009	4	31,77	16	127,08
2010	5	34,31	25	171,55
2011	6	25,89	36	155,34

Tabla No 9. Demanda proyección futura. La Autora

1.

$$\bar{x} = \sum x / n$$

$$= 21 / 6$$

$$= 3.5$$

2.

$$\begin{aligned}\bar{y} &= \Sigma y / n \\ &= 183,93 / 6 \\ &= \mathbf{30,65}\end{aligned}$$

3.

$$\begin{aligned}b &= \Sigma xy - n \bar{x} \bar{y} / \Sigma x^2 - n \bar{x}^2 \\ &= 610,9 - 6 (3,5) (30,65) / 91 - 5 (3,5)^2 \\ &= - 32,75 / 29,75 \\ &= \mathbf{-1,10084}\end{aligned}$$

4.

$$\begin{aligned}a &= \bar{y} - b \bar{x} \\ &= 30,65 - (- 1,10084) (3,5) \\ &= 30,65 + 3,8529 \\ &= \mathbf{34,50}\end{aligned}$$

5.

$$\begin{aligned}\hat{y} &= a + b x \\ &= 34,50 + (-1,10084) 7 \\ &= 34,50 - 7,70588 \\ &= \mathbf{26,79 \text{ (miles de dólares) Proyección de Ventas para el año}} \\ &\mathbf{2012}\end{aligned}$$

2.4. Planteamiento del problema de la investigación

2.4.1. Objetivo

- Identificar la factibilidad comercial y económica-financiera del proyecto de exportación de cuyes precocidos hacia el mercado internacional de EEU, a través de la información recopilada del mercado que nos permitirá dar una visión del panorama actual en el mercado destino.

2.4.1.1 Objetivos Específicos

- Determinar la demanda de cuyes faenados existente en el mercado destino.
- Conocer la preferencia de consumo de esta carne.
- Determinar cantidad en la que se consume la carne de cuy en el mercado de New Jersey
- Identificar el lugar de adquisición del producto
- Conocer con qué frecuencia es consumida la carne de cuy por las personas latinas en residentes en New Jersey
- Determinar en qué precio es adquirida esta carne para establecer las estrategias de comercialización

2.4.2. Diseño de la investigación

2.4.3. Metodología de la investigación

Después de haber realizado una investigación preliminar no se ha podido establecer datos precisos sobre la exportación de este producto hacia Estados Unidos debido a que se encuentra en una subpartida arancelaria general, y con la finalidad de determinar el consumo aparente, se utilizó la

técnica de recopilación de datos denominada encuesta, la misma que se realizó vía Internet con la ayuda amigos y familiares residentes en New Jersey

2.4.4. Muestra

Para obtener el número de personas a ser encuestadas se utilizó la fórmula para el cálculo de la muestra de poblaciones finitas; tomando en cuenta que los datos referenciales que se consideran son: 95% de confiabilidad de los datos recopilados, una variación del 50% y se estimó un nivel de error del 5%

2.4.4.1. Población latina residente en Estados Unidos New Jersey

Population		Population by Sex/Age	
Total Population	8,791,894	Male	4,279,600
Housing Status (in housing units unless noted)		Female	4,512,294
Total	3,553,562	Under 18	2,065,214
Occupied	3,214,360	18 & over	6,726,680
Owner-occupied	2,102,465	20 - 24	541,238
Population in owner-occupied (number of individuals)	5,859,337	25 - 34	1,109,801
Renter-occupied	1,111,895	35 - 49	1,942,813
Population in renter-occupied (number of individuals)	2,745,681	50 - 64	1,720,845
Households with individuals under 18	1,126,325	65 & over	1,185,993
Vacant	339,202	Population by Ethnicity	
Vacant: for rent	92,118	Hispanic or Latino	1,555,144
Vacant: for sale	39,260	Non Hispanic or Latino	7,236,750
		Population by Race	
		White	6,029,248
		African American	1,204,826
		Asian	725,726
		American Indian and Alaska Native	29,026
		Native Hawaiian and Pacific Islander	3,043
		Other	559,722
		Identified by two or more	240,303

Fuente: <http://www.census.gov/2010census/popmap/ipmtext.php?fl=34>

Analizando la información anterior, se seleccionó al estado de New Jersey ya que es un Estado donde existe la comercialización de carne de cuy pero aún no se ha explotado al 100%, además, los clientes potenciales no solo son nuestros compatriotas ecuatorianos residentes en este Estado sino también está dirigido hacia personas que provienen de países como Colombia, Perú y Bolivia. Según el Censo de EE.UU existen 1'555.144 latinos residentes en el Estado de New Jersey, donde las tres principales ciudades más pobladas de este Estado son Newark, Jersey City, y Patterson, en las cuales se encuentran la mayor parte de peruanos y ecuatorianos,

El total de la segmentación de mercado es de 1'555.144 personas, sin embargo las encuestas solo estarán dirigidas hacia latinos residentes en las 3 ciudades más pobladas en New Jersey que son 246.255

Las ciudades más pobladas de New Jersey

Ciudad	Población Total	Latinos
Newark	277.140	93.746
Jersey City	247.597	68.255
Patteson	146.199	84.254
Total	670.936	246.255

Ciudades más pobladas de New Jersey. La Autora

2.4.4.2. Fórmula

Para determinar la muestra se utilizó la siguiente fórmula de Muestreo Aleatorio

$$n = \frac{no}{1 + \frac{no}{N}}$$

$$no = \frac{z^2 S^2}{e^2}$$

Dónde:

Z= Margen de confiabilidad =95% (que corresponde a 1,96 desviaciones estándar)

S= Desviación estándar = 0,5

e =error de estimación

N= Población

no = primera aproximación

n= Tamaño de la muestra

2.4.4.3. Determinación de la muestra

$$no \equiv \frac{1,96^2 0,5^2}{0,05^2}$$

$$no \equiv \frac{3,8416 * 0,25}{0,0025} = 384,16$$

$$no \equiv \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{246255}} = \frac{384,16}{1,000150009}$$

$$no = 384,10$$

Redondeando serian 384 encuestas

2.4.5. Diseño del cuestionario

Objetivo: Recopilar información sobre la demanda de cuyes en el extranjero

(Ver anexo 1)

2.4.6. Recopilación de datos

La información fue recopilada en el lapso de los últimos meses del año 2012, las mismas que fueron aplicada a varias personas, para captar dicha información se procedió a realizar la encuesta por medio de correo electrónico, con la ayuda de familiares y amigos residentes en el Estado de New Jersey, en la encuesta fueron planteadas 10 preguntas, a continuación se presenta el análisis de cada una de ellas

2.4.7. Análisis de la Información

Pregunta 1 ¿Consume usted carne de cuy?		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	300	79%
No	84	22%

Tabla No. 10: Resultados de la Encuesta Pregunta 1. La Autora.

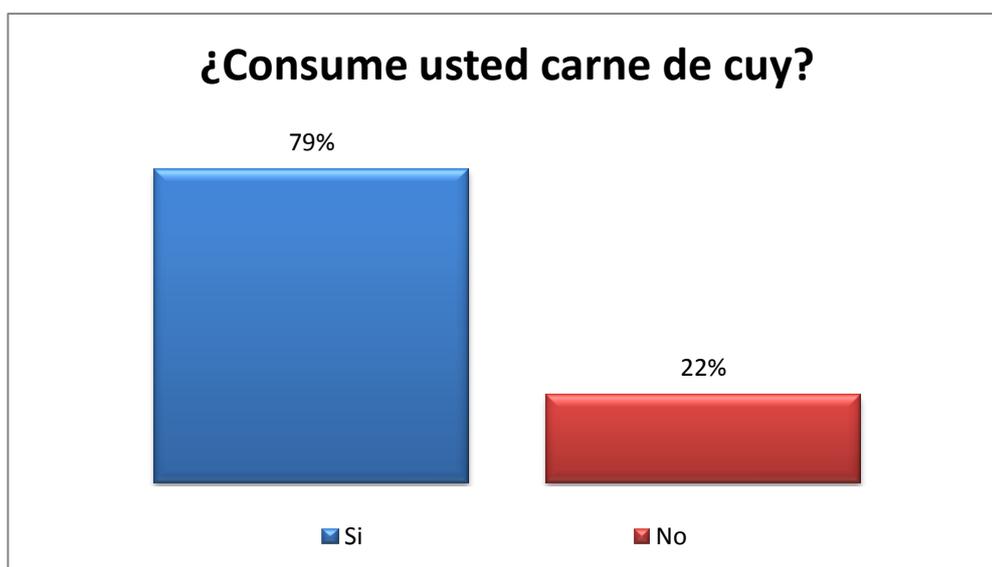


Gráfico No. 6: Resultados de la Encuesta Pregunta 1. La Autora.

Análisis:

Según los resultados que se demuestra en este cuadro, el porcentaje mayor es decir el 79% de personas consumen carne de cuy, mientras que 22% de personas un porcentaje mínimo no la han consumido, ya sea que no han tenido la oportunidad, o no les agrada el sabor.

Pregunta 2 ¿Cree usted que la carne de cuy tiene otras ventajas sobre las otras carnes?		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	258	86%
No	42	14%

Tabla No. 11: Resultados de la Encuesta Pregunta 2. La Autora

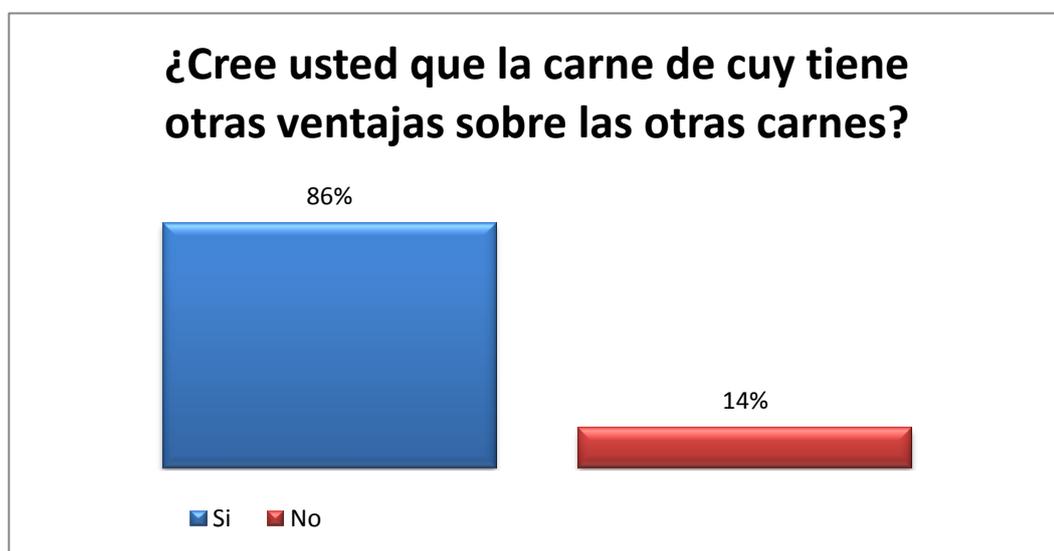


Gráfico No. 7: Resultados de la Encuesta Pregunta 2. La Autora.

Análisis:

En este cuadro se puede observar que existe un 14% de personas encuestados que desconoce que la carne de cuy tiene otras ventajas sobre las otras carnes ya sea por la falta de conocimiento, difusión, educación alimentaria, esto determina que se debe poner mayor énfasis en la difusión de beneficios que posee esta carne.

Pregunta 3 ¿Por qué prefiere consumir carne de cuy?		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Sabor de la carne	202	67%
Propiedades nutritivas	83	28%
Otros	15	5%

Tabla No. 12: Resultados de la Encuesta Pregunta 3. La Autora.

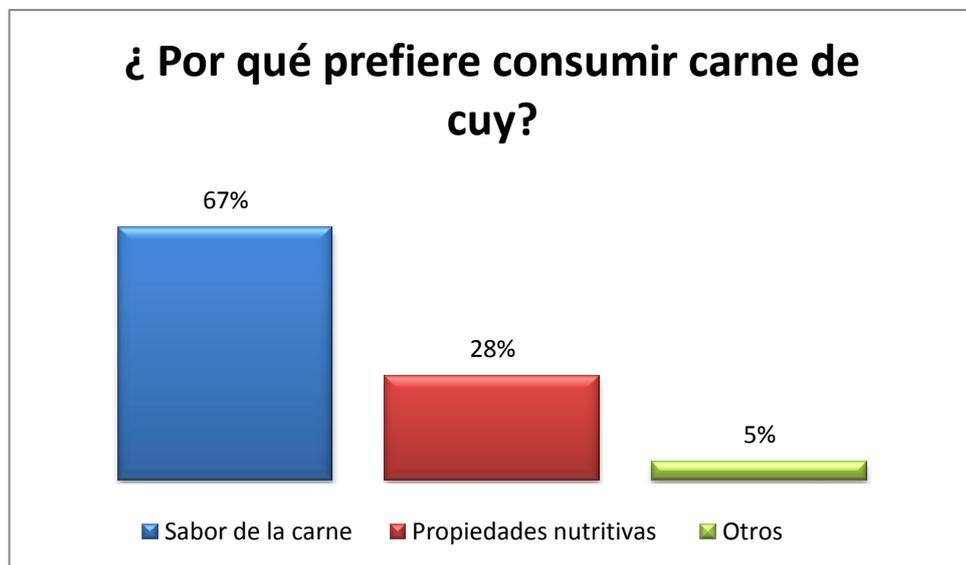


Gráfico No. 8: Resultados de la Encuesta Pregunta 3. La Autora.

Análisis:

Según los resultados presentados en cuadro anterior demuestra que el 67% de personas encuestadas que han consumido la carne de cuy, la han consumido por su agradable sabor, y muestra que un 28% la consume por sus propiedades nutritivas, mientras que un 5% la consume por otros motivos.

Pregunta 4 ¿Cómo prefiere comprarlos?		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Preparados	228	76%
Empacados al vacío	72	24%

Tabla No. 13: Resultados de la Encuesta Pregunta 4. La Autora.

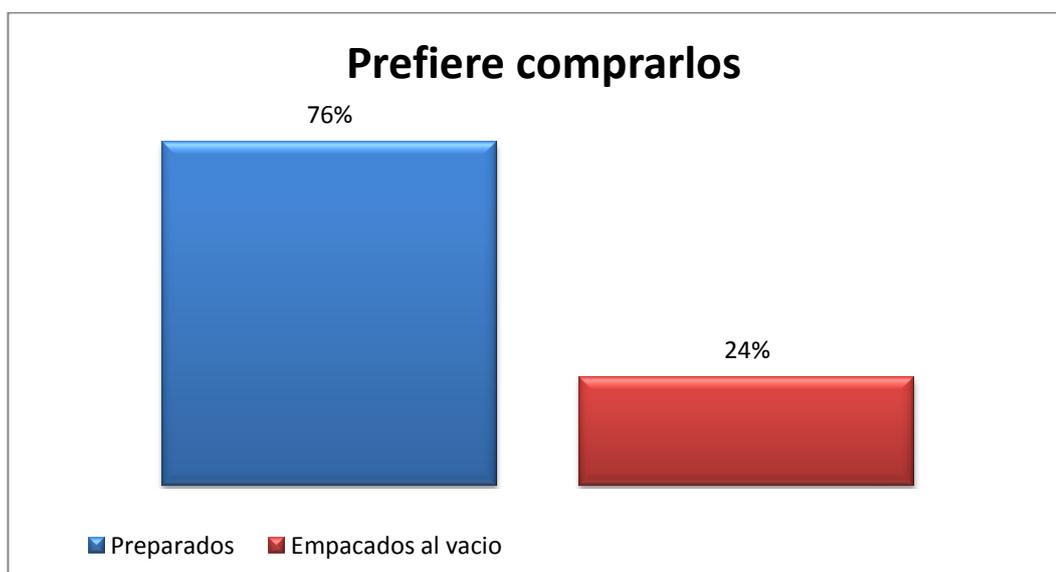


Gráfico No. 9: Resultados de la Encuesta Pregunta 4. La Autora.

Análisis:

Según los resultados obtenidos el 76% de encuestados prefieren obtener la carne de cuy preparada para el degustamiento total, también existen algunos de los encuestados que prefieren comprar la carne de cuy empacada al vacío para poder prepararla en casa.

Pregunta 5 ¿Dónde compra los cuyes?		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Restaurantes	222	74%
Supermercados	78	26%

Tabla No. 14: Resultados de la Encuesta Pregunta 5. La Autora.

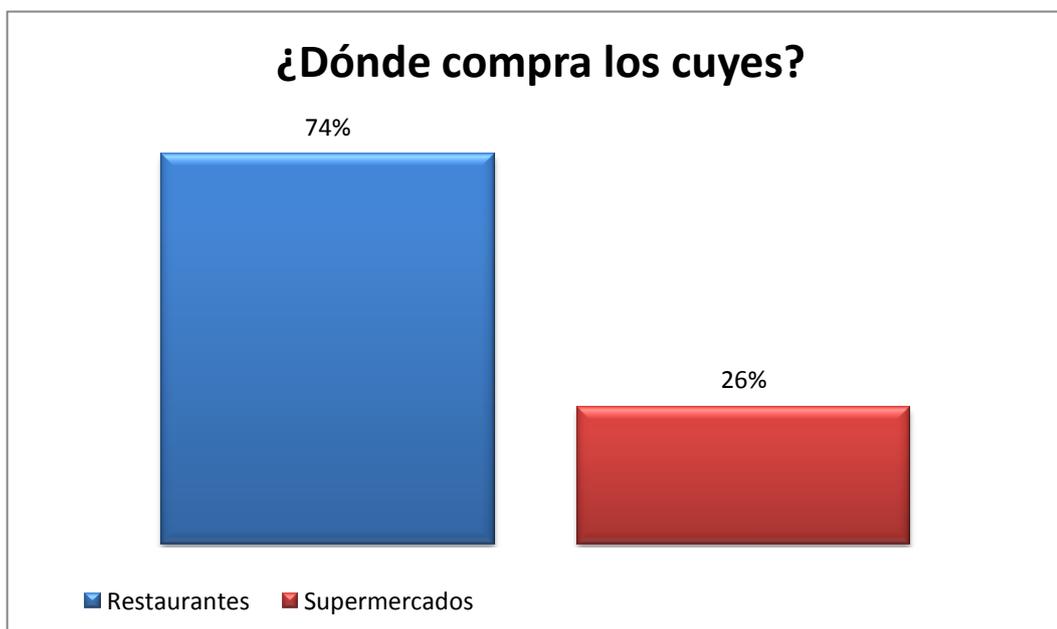


Gráfico No. 10: Resultados de la Encuesta Pregunta 5. La Autora.

Análisis

Según los resultados de la encuesta se puede evidenciar que el 74% de encuestados prefiere comprar los cuyes en restaurantes, ya que se encuentran preparados sin embargo existe un 26% de personas encuestadas que adquiere el producto en supermercados.

Pregunta 6 Al momento de adquirir el producto ¿qué es lo que más influye en su decisión?		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Calidad	255	85%
Precio	45	15%

Tabla No. 15: Resultados de la Encuesta Pregunta 6. La Autora.

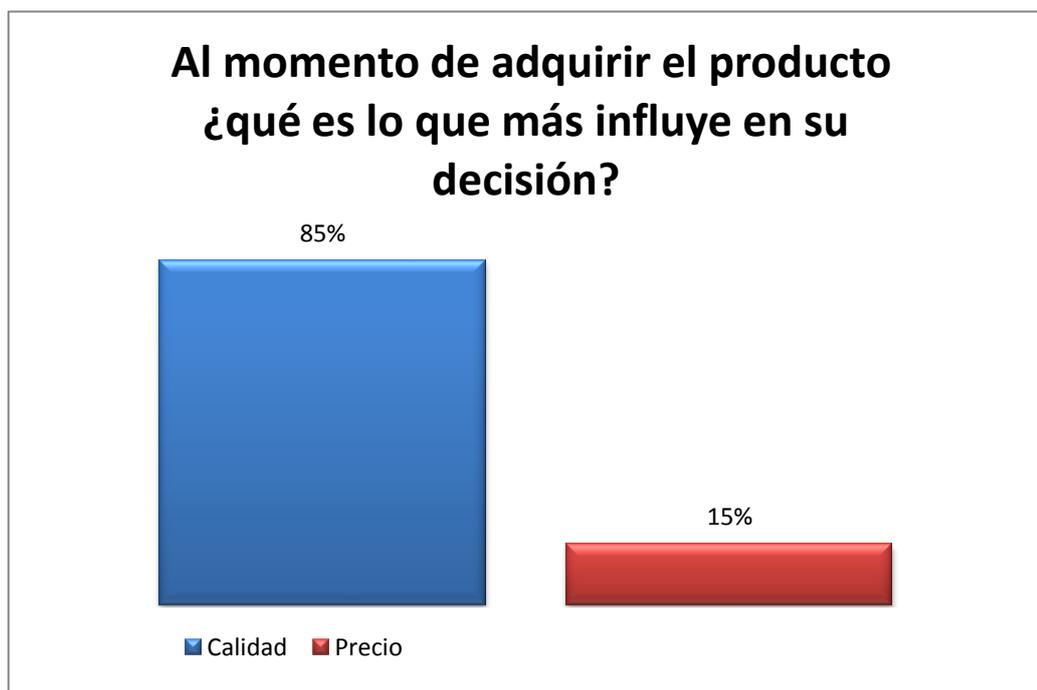


Gráfico No. 11: Resultados de la Encuesta Pregunta 6. La Autora.

Análisis

El siguiente resultado muestra que un 85% de las personas encuestadas prefieren calidad antes que precio.

Pregunta 7 ¿Con qué frecuencia consume carne de cuy?		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Diariamente	13	4%
Semanalmente	267	89%
Mensualmente	20	7%

Tabla No. 16: Resultados de la Encuesta Pregunta 7. La Autora.

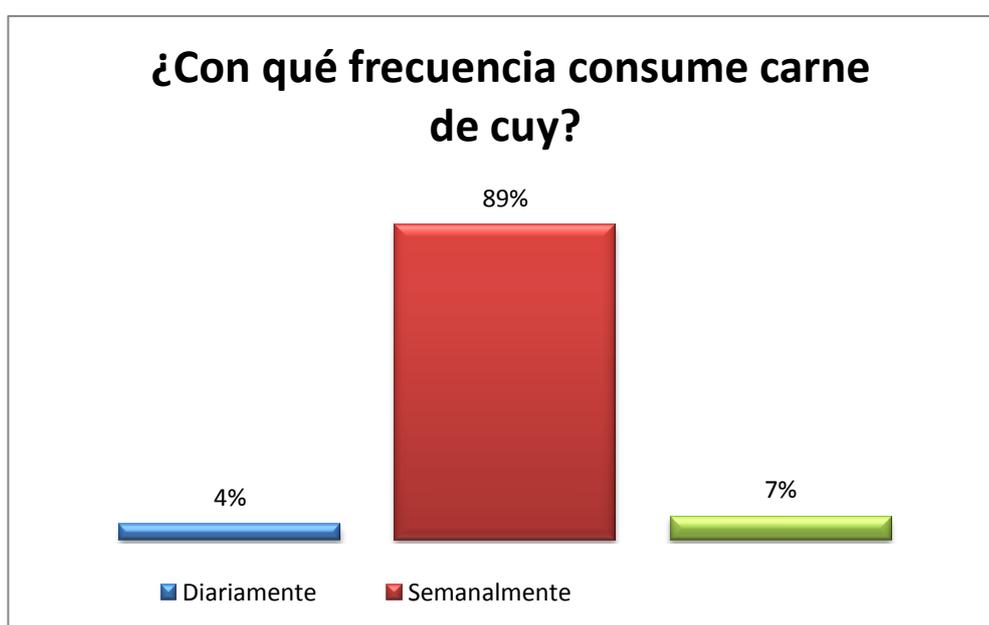


Gráfico No. 12: Resultados de la Encuesta Pregunta 7. La Autora.

Análisis

Se puede observar que el 4% de encuestados consume carne de cuy diariamente, mientras que el 89% de personas encuestadas consume semanalmente, y el 7% corresponde a las personas que consumen anualmente esta carne.

Pregunta 8 ¿Cuál es la cantidad que consume de cuy?		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Menor a 1 kilo	76	25%
Mayor a 1 kilo	224	75%

Tabla No. 17: Resultados de la Encuesta Pregunta 8. La Autora.

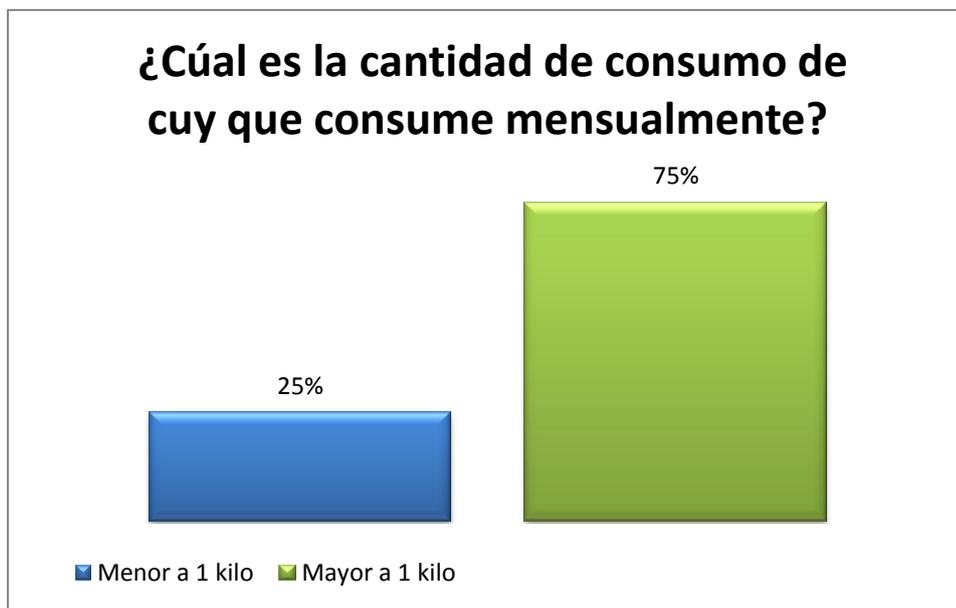


Gráfico No. 13: Resultados de la Encuesta Pregunta 8. La Autora.

Análisis:

Se puede observar que el 75% de encuestados consume carne de cuy mayor a 1 kilo y el 25% de encuestados consume menor a un kilo.

Pregunta 9 ¿Cuánto paga por cada cuy?		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
15-17	101	34%
18-20	122	41%
21-23	77	26%

Tabla No. 18: Resultados de la Encuesta Pregunta 9. La Autora.

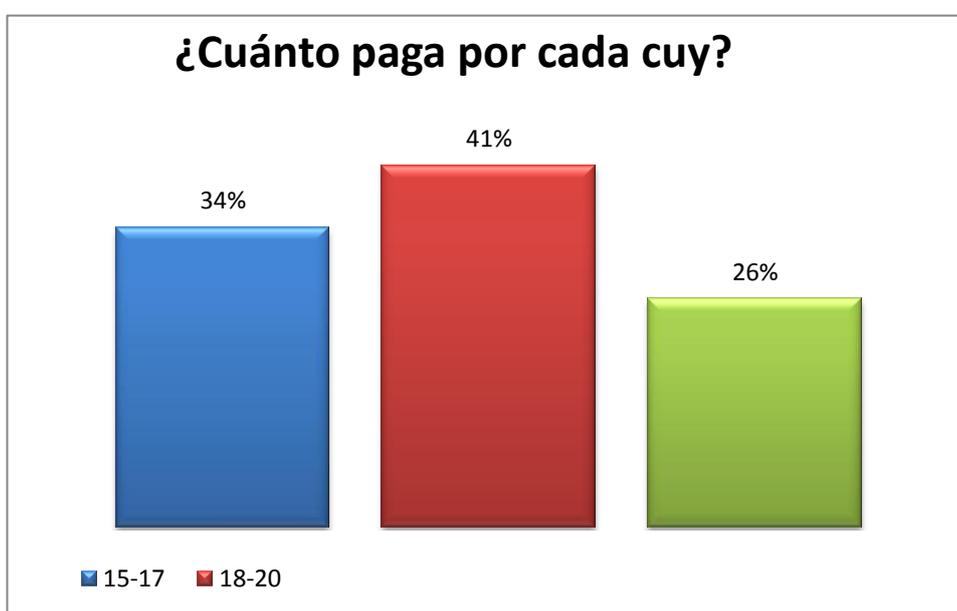


Gráfico No. 14: Resultados de la Encuesta Pregunta 9. La Autora.

Análisis:

El 41% de los consumidores han adquirido el cuy faenado a un precio entre 15 y 17 dólares. El precio del cuy está en función de la presentación, y del lugar donde se adquiere, así por ejemplo el cuy beneficiado cuesta más en las tiendas que en los supermercados.

Pregunta 10 ¿Estaría dispuesto a comprar carne de cuy precocida y empacada al vacío?		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
SI	278	93%
NO	22	7%

Tabla No. 19: Resultados de la Encuesta Pregunta 10. La Autora.

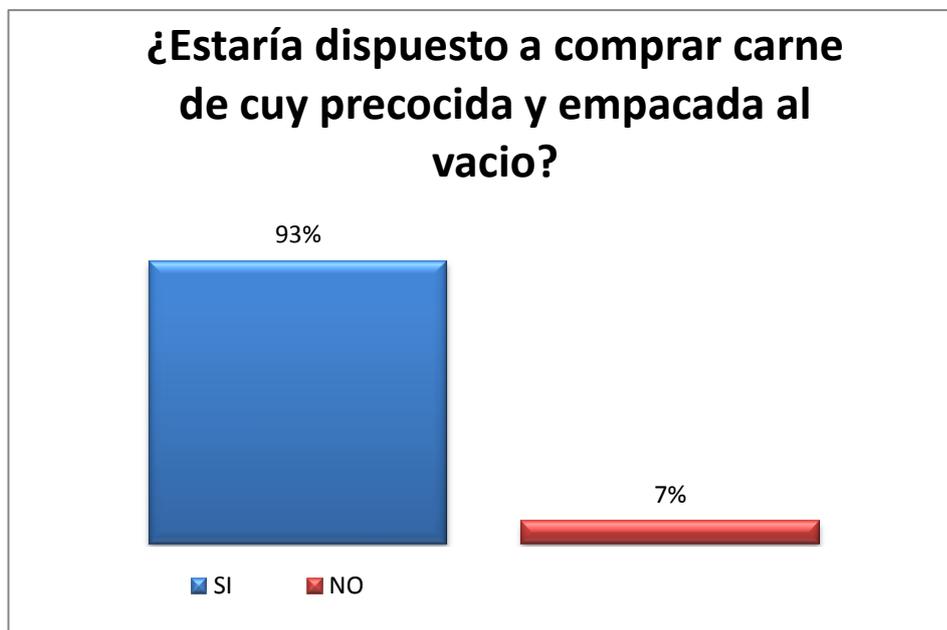


Gráfico No. 15: Resultados de la Encuesta Pregunta 10. La Autora.

Análisis

El resultado arrojado en el análisis de la pregunta antes expuesta es muy satisfactorio ya que esto demuestra que el 93% de los encuestados responden favorablemente, que sí estarían interesados en comprar la carne cuy precocida y empacado al vacío.

4.8. Balanza entre la oferta y la demanda

Hoy en día las relaciones internacionales se han afianzado debido al fenómeno de la globalización más allá de ser positivos o negativos, permiten la concurrencia de miles de productos y servicios de toda índole en los mercados internacionales, permitiendo que la oferta y demanda varíen de acuerdo a éstos. Esta situación hace que países como el Ecuador puedan dar a conocer sus productos y servicios tanto a nivel local como internacional, pero a su vez esto exige mayores niveles de competitividad. Es aquí en donde juega el Estado un papel muy importante ya que a través de gobiernos locales, deben promover condiciones favorables mediante planes de políticas de desarrollo para que sus sectores productivos puedan desenvolverse en el mercado y demás factores que intervienen en el establecimiento óptimo del proyecto a exportar.

CAPÍTULO 3

ESTABLECIMIENTO Y ORGANIZACIÓN

3.1 El Cluster

La definición formal de un cluster puede variar, sin embargo la definición más acertada es la del economista experto y profesor de Harvard, Michael Porter, que un cluster “es un grupo de compañías e instituciones Interconectadas y concentradas geográficamente que trabajan en una industria común”. Los clusters abarcan una amplia gama de servicios y proveedores, los cuales colaboran y compiten entre sí, y crean una infraestructura especializada que apoya a la industria de dicho cluster. Finalmente, el cluster cuenta con un grupo de talentos con habilidades laborales especializadas que generan transferencia desconocimientos entre los agentes.

3.1.1. Ventajas de un cluster

La agrupación de conglomerados empresariales permite a los participantes gozar de muchos beneficios, que les brinda seguridad y confianza en las inversiones. Algunos de los beneficios del cluster son:

- Eleva la competitividad, favoreciendo a la industria por la necesidad de nuevos productos, y de mejor calidad.
- La concentración de empresas en una región atrae más clientes, provocando que el mercado se amplíe para todas, más allá de lo que sería el caso si cada una estuviese operando aisladamente.
- La fuerte interacción entre productores, proveedores y usuarios facilita e induce un mayor aprendizaje productivo, tecnológico y de comercialización.

- Creciente eficiencia operativa de cada eslabón de la cadena.

3.1.2. Propuesta del Cluster productor de la carne de cuy

La idea de emprender un la creación de un cluster productor de carne de cuy precocido envasado al vacío, se basa en el objetivo de reunir a varios productores que estén interesados en exportar dicho producto, así unimos fuerzas para realizar una exportación exitosa.

La idea de lograr esta asociación es reunir la cantidad exportable necesaria ya que de manera individual se torna difícil hacerlo.

La asociación de Cluster de productor de carne de cuy precocido envasado al vacío funcionará en San José de Lloa, provincia de Pichincha.



Ilustración No. 13: Terreno ubicado en San José provincia de Pichincha. La Autora.

Los eslabones básicos del encadenamiento o cluster, son los siguientes:



Gráfico No. 16: Eslabones básicos del encadenamiento o cluster. La Autora.

3.2. Nombre o Razón Social

Asociación de Productores Exportadores de Carne de Cuy **APECC S.A.**

3.2.1. Tipo de Empresa

Sociedad Anónima

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas

Ventajas:

- Limitado a la suma invertida por los accionistas
- Fácil de transferir; sencillamente se vende las acciones
- Capital viene de los accionistas
- Seguros apropiados son aconsejables
- Los accionistas no tienen responsabilidad personal.
- Los acreedores de una sociedad anónima tienen derecho sobre los activos de la corporación, no sobre los bienes de los accionistas. El dinero que los accionistas arriesgan al invertir en una sociedad anónima se limita al valor de su inversión.
- Facilidad de acumulación de capital. La propiedad de una sociedad anónima está garantizada por la transferencia de acciones. La venta de capital de una sociedad anónima en unidad de una o más acciones permiten a los grandes y pequeños inversionistas participar en la propiedad de la empresa.

- **Negociabilidad de las acciones.** Las acciones pueden ser vendidas de un accionista a otro sin disolver la organización empresarial, las grandes sociedades anónimas pueden ser compradas o vendidas por inversionistas en mercados, tales como la bolsa de valores de Quito.
- **Administración profesional.** Los accionistas, eligen una junta directiva que se encarga de administrar todos los negocios de la compañía.

3.2.1.1. Constitución de la Empresa

APROBACIÓN DEL NOMBRE DE LA COMPAÑÍA

Trámite

- Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Documentación

- Copia de cédula.

APERTURA CUENTA DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL

Trámite

- Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Documentación

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
- Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
- El valor del depósito

CELEBRAR LA ESCRITURA PÚBLICA

Trámite

- Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

Documentación

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
- Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
- Minuta para constituir la Compañía

La escritura de fundación contendrá:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- Las normas de reparto de utilidades;
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente.
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.
- Pago derechos Notaría

SOLICITAR LA APROBACIÓN DE LAS ESCRITURAS DE CONSTITUCIÓN

Trámite

- Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías

Documentación

- Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución
- Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud
- Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía

OBTENER LA RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DE LAS ESCRITURAS

Trámite

- La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

Documentación

- Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

CUMPLIR CON LAS DISPOSICIONES DE LA RESOLUCIÓN

Trámite

- Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
- Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
- Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

Documentación

- Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:
- Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
- Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

INSCRIBIR LAS ESCRITURAS EN EL REGISTRO MERCANTIL

Trámite

- Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

Documentación

- Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
- Patente municipal.
- Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
- Publicación del extracto.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

ELABORAR NOMBRAMIENTOS DE LA DIRECTIVA DE LA COMPAÑÍA

Trámite

- Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

Documentación

- Ninguna

INSCRIBIR NOMBRAMIENTOS EN EL REGISTRO MERCANTIL

Trámite

- Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

Documentación

- Tres copias de cada Nombramiento
- Copia de las Escrituras de Constitución
- Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente

- Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías

Trámite

- Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

Documentación

- Formulario RUC 01A
- Formulario RUC 01B
- Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil
- Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente
- Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
- Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
- Publicación del extracto

OBTENCIÓN DE LA PATENTE

Paso 1

En el Balcón de servicios/Información se entregará una volante que contiene los siguientes requisitos para obtener la patente

Personas naturales no obligadas a llevar contabilidad

- Formulario de Declaración de Patente Municipal, debidamente lleno.
- Copia de cédula de identidad.

- Copia de certificado de votación de la última elección.
- Copia de RUC en el caso de que lo posea (No es necesario que esté actualizado)
- En el caso de que realice actividades de transporte: Copia de la licencia de conducir categoría profesional
- En caso de discapacidad: Copia del carné del CONADIS en el cual se verifique el porcentaje de discapacidad que posea el administrado

Personas naturales obligadas a llevar contabilidad y personas jurídicas

Inscripción personas naturales obligadas a llevar contabilidad que no posean patente (trámite realizado en ventanilla)

1. Formulario de Inscripción de Patente Municipal, debidamente lleno y suscrito por el representante legal.
2. Copia de cédula de identidad del representate legal.
3. Copia del certificado de votación de las últimas elecciones del representate legal.

Inscripción personas jurídicas nuevas (trámite realizado en ventanilla)

1. Formulario de Inscripción de Patente Municipal, debidamente llenado y suscrito por el representante legal.
2. Copia de cédula de identidad del representate legal.
3. Copia del certificado de votación de las últimas elecciones del representate legal.
4. Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica

Procedimiento Obtención Licencia Funcionamiento Municipal

A partir del año 2010 el Municipio de Quito expide la Ordenanza #308 regulando la expedición de la “LUAE” LICENCIA METROPOLITANA UNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS, la que autoriza a su titular (Persona Jurídica o Natural) al desarrollo de actividades económicas en un determinado establecimiento. Es decir, toda persona o empresa que desarrolle cualquier actividad económica (con o sin fines de lucro, de comercio, industrial, servicios, etc.) en un establecimiento dentro del Distrito Metropolitano, debe obtener la LUAE.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: www.quito.gob.ec, o con la presentación del formulario impreso llenado y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales.

La LUAE tiene validez de 1 año calendario (del 1 de Enero al 31 de Diciembre) y debe ser renovada anualmente, y pagadas las correspondientes tasas hasta el 30 de Abril del año en curso, con perjuicio de multas. En caso de no hacerlo autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito en el lugar donde realizaremos nuestra actividad económica.

OBTENER EL RUC

Requisitos para:

PERSONAS NATURALES Y SOCIEDADES

Deben inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

REQUISITOS PARA PERSONAS NATURALES:

1. Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
2. Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
3. Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

REQUISITOS PARA SOCIEDADES:

1. Formulario 01A y 01B
2. Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
3. Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
4. Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
5. Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Procedimiento:

- El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados.
- En la ventanilla de atención al contribuyente del SRI se hace la revisión de los documentos
- Se entrega un turno de espera
- se procede a realizar el registro

OBTENCIÓN DE CLAVE – PRIMERA VEZ

Titular

- Presentación de cédula de ciudadanía o pasaporte del titular o representante legal,
- Presentación de papeleta de votación del titular o representante legal,
- Presentación y/o entrega de copia del Nombramiento vigente emitido por el ente regulador (únicamente para Sociedades; y cuando el representante no conste en la base del RUC),

- Entrega del Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos (firmado)
<http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/ec469d8d-7b28-4f38-954d-7e5f7b54101a/acuerdo.pdf>

TERCEROS

- Entrega de la copia a color de la cédula de ciudadanía o pasaporte del titular o representante legal.
- Entrega de la copia a color de la papeleta de votación del titular o representante legal.
- Presentación y/o entrega de copia del Nombramiento vigente emitido por el ente regulador (únicamente para Sociedades; y cuando el representante no conste en la base del RUC).
- Entrega del Acuerdo de responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos (firmado).
- Entrega de la copia del **Poder especial**.
- Presentación y entrega de copia a color de la cédula de ciudadanía o pasaporte del tercero.
- Presentación y entrega de copia a color de la papeleta de votación del tercero.

RETIRAR LA CUENTA DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL

Trámite

- Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

Documentación

- Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
- Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.
- Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

APERTURAR UNA CUENTA BANCARIA A NOMBRE DE LA COMPAÑÍA

Trámite

- La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Documentación

- Solicitud de apertura de cuenta.
- Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejarán la cuenta.
- Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
- Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

OBTENER PERMISOS PARA IMPRIMIR FACTURAS

Trámite

- Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

Documentación

- Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
- Permiso de Bomberos.
- En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.
- Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
- Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
- Registro patronal en el IESS.
- Patente Municipal.
- Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
- Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
- Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

3.3 Objetivos Empresariales

Los objetivos empresariales son esenciales para el éxito de una empresa, éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa, además sirven de guía para la formulación de estrategias.

3.3.1 Objetivo General Institucional

Satisfacer a nuestros clientes y contribuir a mejorar su calidad de vida, mediante el consumo de una carne 100% sana, producida con los más altos estándares de calidad a través del uso de Cluster empresarial, logrando así abastecer el mercado internacional.

3.3.2 Objetivos Específicos Institucionales:

- Lograr un acoplamiento de todos los interventores en la cadena productiva.
- Generar los recursos necesarios para el mejoramiento del Cluster.
- Explorar a mediano plazo nuevos mercados internacionales.

3.4 Base Filosófica de la Empresa

Se definirá la base filosófica de la empresa compuesta por visión, misión, objetivos, principios y valores empresariales; de los cuales se definen estrategias competitivas que se adaptan a la empresa.

3.4.1 Visión

Para el año 2015 nos mostrarnos como una empresa eficaz, eficiente y equitativa dentro de un esquema de regulación fuerte y dinámica, que permita impulsar el desarrollo armónico del sector cuyícola en el país, a través de una regulación y control enfocados en las necesidades del consumidor con respecto a la consumo de carne de cuy, y de esta manera consolidar su ingreso a la sociedad de la información y del conocimiento.

3.4.2 Misión

Ser una empresa que se dedica a la venta carne de cuy precocido empacado al vacío tanto a nivel local como internacional, en base a una tecnología de última generación, acorde con estándares internacionales. Comprometidos con los empleados quienes son considerados uno de nuestros recursos más importantes

Trabajar dentro de un marco regulatorio fuerte, dinámico, jurídicamente seguro, transparente, que incentiva a la inversión privada, el uso óptimo de los recursos y el acceso de la población a la sociedad del consumo dentro de un esquema equitativo, eficiente, justo, orientado a mejorar la calidad del producto.

3.4.3 Principios y Valores

VALORES						
INVOLUCRADOS	Espíritu Constructivo	Respeto	Lealtad	Profesionalismo	Honestidad	Eficiencia
EMPLEADOS	X	X	X	X	X	X
PROVEEDORES		X		X	X	X
CLIENTES		X	X		X	
ACCIONISTAS	X	X	X	X	X	X

Tabla No. 20: Principios y Valores. La Autora.

Espíritu Constructivo

El “espíritu constructivo” hace referencia a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe.

Respeto

El “respeto a los demás” es un valor básico que nos induce a cordialidad, armonía, aceptación

Lealtad

La “lealtad” hace referencia la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses

Profesionalismo

El “profesionalismo” se refiere a la responsabilidad, seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación

Honestidad

El valor de la “honestidad” tiene que ver con la rectitud, honorabilidad

Eficiencia

Tiene que ver con la entrega de resultados de calidad en base a la planificación institucional

3.4. La Organización

La organización de una empresa se refiere a la estructura departamental y las personas que las dirigen, se realiza un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización.

El organigrama que se presenta a continuación es un modelo que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de la organización.

Organización

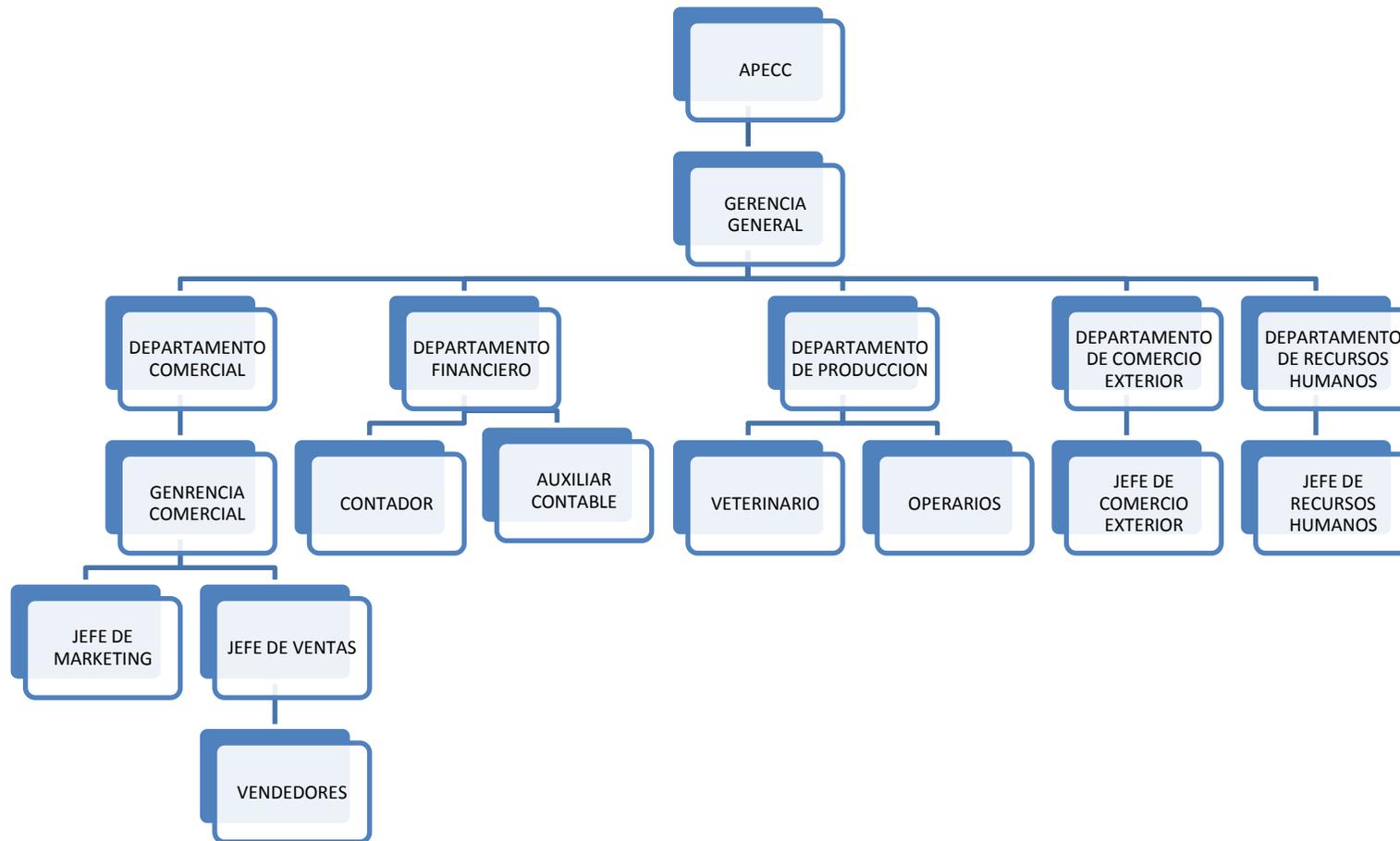


Gráfico No. 17: Organización. La Autora

3.4.1. Descripción de funciones

Una vez que se ha establecido el organigrama funcional y cada uno de los puestos del personal que va a ser parte de esta empresa se definirá cada una de sus funciones y cargos específicos.

A continuación se presenta las funciones y objetivos de cada departamento:

Departamento comercial

La función comercial incluye un conjunto de actividades para hacer llegar al consumidor los bienes o servicios producidos por la empresa.

Funciones

Las funciones más destacadas de este departamento son:

- Planificación y control.
- Estudios de mercado
- Promoción y publicidad del producto
- Las ventas

Departamento financiero

Este departamento está encargado de la administración general de los recursos económicos de la empresa.

Funciones

- Realizar conciliaciones bancarias
- Elaboración y análisis de balances contables
- Elaboración de presupuestos
- Pagos a proveedores
- Controlar la recuperación de cartera
- Funciones de control y planificación, incluyendo el sistema de información contable.
- Funciones derivadas del manejo, control y protección de la tesorería y otros activos líquidos.

Departamento de producción

La sección de producción en la industria puede considerarse como el corazón de la misma, y si la actividad de esta sección se interrumpiese, toda la empresa dejaría de ser productiva.

Funciones

- Elaboración de pedidos a clientes
- Control de la producción y de los inventarios.
- Control de calidad del producto
- Manejo de la maquinaria

Departamento de exportaciones

Conocer el mercado y producto, los contratos internacionales, los procedimientos administrativos para el comercio exterior, las finanzas internacionales, la logística, la metodología de alianzas y conversiones.

Funciones

- Elaboración de pedidos a proveedores
- Promoción Internacional
- Encargado de la logística y transporte internacional
- Transmisiones Electrónicas
- Control de costo de productos exportados

Departamento de recursos humanos

El Departamento de Recursos Humanos es esencialmente de servicios.

Funciones

- Supervisar la administración de personal.
- Diseñar las guías en el reclutamiento, selección, formación desarrollo y desvinculación, para garantizar la adecuación del personal.
- Colaborar en la definición de la cultura empresarial.
- Proponer las políticas generales de administración de los recursos humanos y los principios de administración de personal.
- Calcular, registrar y pagar las remuneraciones del personal.
- Colaborar con en la aplicación de programas de inducción, capacitación y desarrollo personal.

CAPÍTULO 4

NORMATIVA, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN

4.1. Análisis de la Normativa Legal Nacional e Internacional

En el presente capítulo vamos a estudiar toda la base legal necesaria para realizar la exportación de la carne de cuy empacada al vacío, desde nuestro país a Estados Unidos, incluyendo un análisis de los requerimientos y requisitos exigidos por los dos países involucrados.

4.2. Análisis de la Normativa Legal Internacional

Para el análisis de la normativa legal internacional estudiaremos los requerimientos y procesos exigidos por el país de destino, Estados Unidos

4.3. Importaciones a la Comunidad Norteamericana de Carnes y Productos Cárnicos

Para la importación de cárnicos a Estados Unidos se debe considerar la complejidad y los diferentes factores que influyen en el proceso de importación de un producto en este país, por lo tanto es difícil establecer con exactitud un lapso de tiempo para realizar un trámite normal aduanero, ya que estos se encuentran en función de muchas variables, como tipo de producto, inspecciones necesarias, importador nuevo, etc.

Toda mercancía que entra en los Estados Unidos debe ser declarada en aduana y está sujeto a un determinado arancel a menos que esté específicamente exentado por ley. El despacho de aduanas involucra varios pasos: entrada, inspección, tasación, clasificación y liquidación.

El Servicio de la aduana americano no exige a un importador tener una licencia o permiso sin embargo otras agencias pueden requerir un permiso, autorización u otra certificación, todo dependerá de lo que está importándose. En la entrada aduanera es requerido el número de importador, ya sea éste el IRS el número del registro comercial, o si el negocio no es registrado con el IRS o si no tiene un negocio, el número del seguro social.

El importador debe declarar el valor imponible de mercancía. La tasación final es fijada por la aduana. Se usan varios métodos de la tasación para llegar a este valor. El valor de la transacción sirve como la base primaria de tasación. El valor de la transacción realmente es el precio pagado o pagable por el comprador al vendedor por el producto.

Otros factores también pueden agregar al valor imponible de mercancía, como condensar costos, vendiendo comisiones o autorizando cuotas, etc. Cuando el valor de la transacción no puede determinarse, entonces el valor del bien importado se estima como el valor de una transacción de mercancía idéntica. Si la mercancía idéntica al bien importado no puede encontrarse o un valor de la transacción aceptable para la mercancía no existe, entonces el valor es el valor de la transacción de mercancía similar.

El importador debe determinar la clasificación de la mercancía a importarse. El Arancel Armonizado de los Estados Unidos (HTSUS), emitido por los Estados Unidos la Comisión de Comercio Internacional, prescribe la clasificación de mercancía por tipo de producto; ej., animal y productos de la verdura, fibras del textil y productos del textil.

Documentos para el Ingreso de Productos: deben ser presentados a los 5 días siguientes de llegada la mercadería

4.3.1. Procedimiento de importación establecido por la FDA

Requisitos Sanitarios

La FDA (Food and Drug Administration) es un ente regulador en Estados Unidos, su tarea es hacer cumplir la Ley Federal de Alimentos y Cosméticos, Ley de Salud Pública, Etiquetado de Alimentos, mariscos y pescados, y la inspección de residuos de pesticidas en productos procesados, así como los productos étnicos, como el caso del cuy

Cárnicos

Las importaciones comerciales de carne y sus derivados de vacas, cerdos, cabras y caballos están sujetos a las regulaciones del Departamento de Agricultura USDA y por lo tanto deben ser inspeccionados por veterinarios del Animal and Plant Health Inspection Service APHIS antes de su entrada. Así mismo, los productos cárnicos procedentes de la cacería deben cumplir con la normativa del APHIS; con las disposiciones de la Food and Drug Administration FDA y del U.S. Fish and Wildlife Service USFWS.



Ilustración No. 14: Animal and Plant Health Inspection Service.

4.3.2. Requisitos técnicos, de calidad y seguridad

Hazard Analysis & Critical Points - HACCP53

Estados Unidos tiene una gran cantidad de normativa relacionada con la higiene e inocuidad de los alimentos importados y aplica el sistema Hazard Analysis & Critical Control Points HACCP que es un sistema de administración a través del cual la seguridad de los alimentos es resguardada con análisis y control del proceso productivo.

En el HACCP se realizan análisis biológicos, químicos y físicos en cada etapa del proceso de producción desde la etapa de suministro de insumos, la del manejo de materia prima, la fabricación, la distribución y finalmente la etapa de consumo del producto. La página del HACCP es la siguiente:

www.fda.gov/food/foodsafety/hazardanalysiscriticalcontrolpointshaccp/default.htm.

En Estados Unidos, este sistema es obligatorio para cuartos fríos que exportan carnes rojas, productos de mar y jugos o sus derivados.



Ilustración No. 15: FDA. Página Web

4.3.3. Requisitos generales de etiquetados para productos alimenticios en los Estados Unidos

Los requisitos de etiquetado para productos alimenticios son:

- Identidad del alimento
- Listado de ingredientes
- Nombre y Dirección del fabricante
- Información Nutricional
- Contenido Neto
- Información de alérgenos
- Información relevante

Panel Principal (PDP)

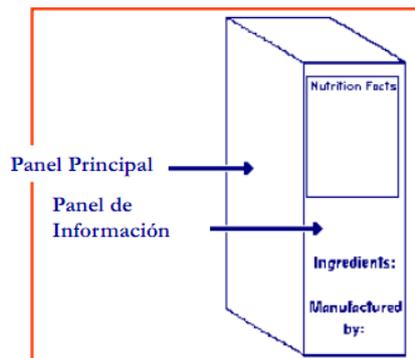
21 CFR 101.1

- Declaración de identidad
- Contenido Neto



Panel de Información

21 CFR 101.2



- Panel nutricional (Nutrition Facts)
- Listado de ingredientes
- Nombre, dirección y teléfono del fabricante, empaquetador, o distribuidor

Ilustración No. 16: Requisitos generales para etiquetado

Etiquetado

El Código Federal de Regulaciones de los Estados Unidos requiere que el país en el que se produjo o manufacturó el producto esté claramente señalado en el envase, como "Lugar de Origen". Esta declaración se puede localizar en cualquier lado excepto en la base del envase.

Cualquier producto destinado a la comercialización dentro del territorio norteamericano debe llevar las etiquetas en inglés. Específicamente para los productos alimenticios el Código General de los Estados Unidos, requiere que todo producto alimenticio contenga un nombre común o usual que lo describa en el lado o cara principal del envase.

El siguiente es el listado de requisitos que se deben tener en cuenta en las etiquetas:

- La denominación del producto que debe estar localizada en el tercio superior del panel principal, aparecer en forma visible y prominente en comparación al nombre y marca del producto.
- Declaración del contenido neto del envase que debe hacerse usando los dos sistemas de medida: el sistema métrico decimal y el sistema inglés. Ej: NET WT 10 $\frac{3}{4}$ OZ (305 g).
- Declaración de la lista de ingredientes, debe contener todos y cada uno de los ingredientes presentes en el producto de forma descendente, todos los ingredientes compuestos en alimentos estándares, como por ejemplo, chocolate, mostaza, mantequilla, así: Harina de trigo, azúcar, agua, huevos, almendras, uvas pasas, levadura (benzoato sódico, bicarbonato sódico, bicarbonato amónico), sal, color artificial (amarillo #6) y lecitina de soya (emulgente).
- Igualmente, la declaración de ingredientes se debe localizar en el panel de información conjunto con el nombre y dirección del productor del alimento o bien donde se localice la información nutricional. El tamaño mínimo permitido es 1/16 de pulgada que equivale a 2.1 mm.
- Panel de información nutricional, el Food and Drug Administration - FDA, exige que los productos alimenticios presenten información nutricional sobre su contenido. Hasta ahora, esta regulación

constituye uno de los retos más importantes impuestos por el Food and Drug Administration e indirectamente por el gobierno americano.

El Panel de Información Nutricional ordinario debe contener los siguientes elementos:

Todos los valores presentes en la etiqueta nutricional deben reflejar la información equivalente a la porción establecida.

Nutrientes básicos aproximados según las reglas específicas.

Columna de la declaración de valores diarios porcentuales estimados en función a una dieta de 2,000 calorías diarias.

Formatos permitidos y recomendados determinados por tres factores: el área total disponible para etiquetar, los nutrientes presentes en el producto y el espacio disponible en los distintos paneles del envase.

Área del papel de exhibición principal (PDP)	Tamaño de tipografía Mínimo
$\leq 5 \text{ in}^2$ ($< 32 \text{ cm}^2$)	1/16 in (1.6 mm)
5 in ² a 25 in ² (32 - 161cm ²)	1/8 in (3.2 mm)
25 in ² a 100 in ² (161 - 645cm ²)	3/16 in (4.8 mm)
100 in ² a 400 in ² (645 - 2.580cm ²)	1/4 in (6.4 mm)
> 400 in ² (>2.580 cm ²)	1/2 in (12.7 mm)

Es necesario también que el nombre y dirección de la Compañía responsable del producto en los Estados Unidos junto con el Código Federal de Regulaciones de los Estados Unidos sean declarados en la etiqueta.

El nombre y la dirección del productor, empacador o distribuidor deben cumplir los siguientes requisitos:

- La declaración debe incluir la dirección, ciudad, país y código postal. En el caso de una corporación el nombre real debe ser utilizado con las abreviaciones permitidas.
- El tamaño mínimo permitido es de 1/16 de pulgada lo que equivale a 2.1 mm. El propósito de esta información es tener un contacto presente para cualquier información adicional, comentario o problema con el producto en cuestión.

4.3.4. Otros aspectos a tener en cuenta en el Etiquetado

Idiomas.- El Código Federal de Regulaciones de los Estados Unidos exige que si alguno de los seis componentes principales aparece en un segundo idioma (castellano, francés, italiano etc.), todos los elementos deberán aparecer correctamente declarados en inglés y en el segundo idioma.

Fecha de Vencimiento.- El Gobierno Federal no ha emitido ninguna ley con respecto a la fecha de caducidad o vencimiento. Las reglas pertinentes a este tema son exclusivamente a escala estatal. Es por esa razón que la fecha de caducidad no forma parte de los 6 requisitos del envase de productos de gran consumo o procesados. Es recomendado presentar esa información; más no es obligatoria.

Alimentos Orgánicos.- La industria de alimentos orgánicos es un campo en pleno desarrollo. Hoy en día la mentalidad del consumidor norteamericano ha cambiado, y como consecuencia, la demanda de productos orgánicos ha ido aumentando notoriamente creando una oportunidad de mercado para aquellos que buscan nuevos horizontes.

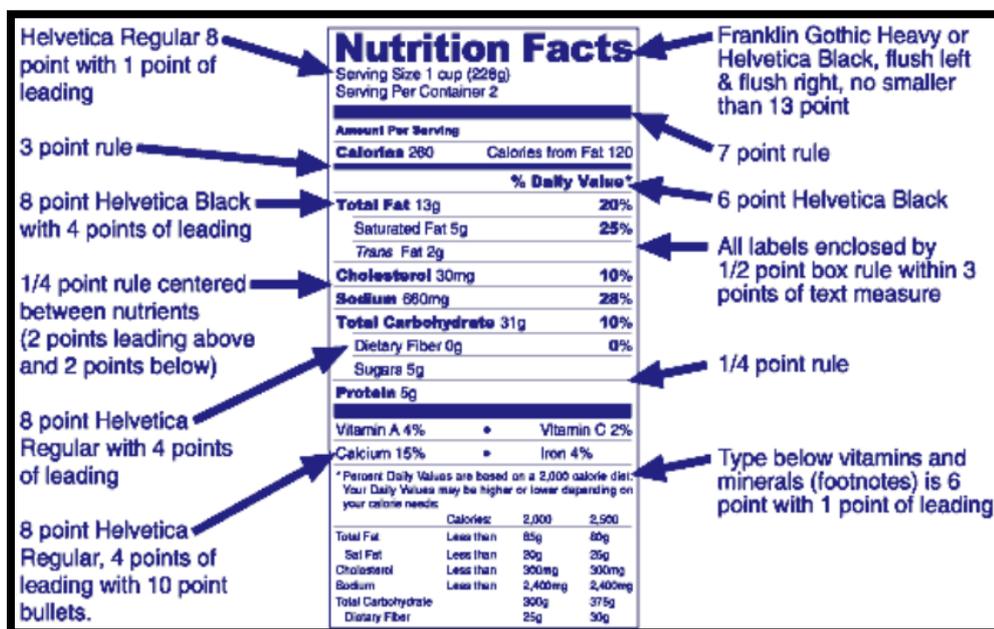


Ilustración No. 17: Nutrition facts

La etiqueta de información nutricional se incluye en un recuadro de color negro o de un tipo de color impreso en un fondo de color blanco o neutral. En paquetes con más de 40 pulgadas cuadradas disponibles para el etiquetado, se puede utilizar el formato de “lado a lado” si la etiqueta común no cabe. En este formato, la parte inferior de la etiqueta de información nutricional (después de la información sobre vitaminas y minerales) se coloca a la derecha y se separa con una línea. Si las vitaminas y los minerales adicionales se mencionan después del hierro y el espacio debajo del hierro no es adecuado, también se pueden mencionar a la derecha con una línea que los diferencie de las notas al pie. Además, si el paquete no tiene suficiente espacio vertical continuo (es decir, de 3 pulgadas aproximadamente) para acomodar el formato anterior, la etiqueta de información nutricional puede mostrarse en una presentación tabular (es decir, horizontal).

Nutrition Facts		
Serving Size 1/2 package (44g, about 1/4 cup dry mix) Servings Per Container 12		
Amount Per Serving	Mix	Baked
Calories	190	280
Calories from Fat	45	140
% Daily Value**		
Total Fat 5g*	8%	24%
Saturated Fat 2g	10%	13%
Trans Fat 1g		
Cholesterol 0mg	0%	23%
Sodium 300mg	13%	13%
Total Carbohydrate 34g	11%	11%
Dietary Fiber 0g	0%	0%
Sugars 18g		
Protein 2g		
Vitamin A	0%	0%
Vitamin C	0%	0%
Calcium	6%	8%
Iron	2%	4%
* Amount in Mix		
** Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs:		
	Calories: 2,000	2,500
Total Fat	Less than 65g	80g
Sat Fat	Less than 20g	25g
Cholesterol	Less than 300mg	300mg
Sodium	Less than 2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate	300g	375g
Dietary Fiber	25g	30g

Nutrition Facts	
Serving Size 1 cup (228g) Servings Per Container 2	
Amount Per Serving	
Calories 260	Calories from Fat 120
% Daily Value*	
Total Fat 13g	20%
Saturated Fat 5g	25%
Cholesterol 30mg	10%
Sodium 660mg	28%
Total Carbohydrate 31g	10%
Dietary Fiber 0g	0%
Sugars 5g	
Protein 5g	
Vitamin A 4%	• Vitamin C 2%
Calcium 15%	• Iron 4%

*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories: 2,000	2,500
Total Fat	Less than 65g	80g
Sat Fat	Less than 20g	25g
Cholesterol	Less than 300mg	300mg
Sodium	Less than 2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate	300g	375g
Dietary Fiber	25g	30g

Calories per gram:
Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4



Nutrition Facts		Amount/serving	% Daily Value*	Amount/serving	% Daily Value*
Serving Size 2 slices (56g) Servings Per Container 10		Total Fat 1.5g	2%	Total Carbohydrate 26g	9%
Calories 140 Calories from Fat 15		Saturated Fat 0.5g	3%	Dietary Fiber 2g	8%
		Trans Fat 0.5g		Sugars 1g	
		Cholesterol 0mg	0%	Protein 4g	
		Sodium 280mg	12%		
		Vitamin A 0%	• Vitamin C 0%	• Calcium 6%	• Iron 6%
		Thiamin 15%	• Riboflavin 8%	• Niacin 10%	

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories: 2,000	2,500
Total Fat	Less than 65g	80g
Sat Fat	Less than 20g	25g
Cholesterol	Less than 300mg	300mg
Sodium	Less than 2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate	300g	375g
Dietary Fiber	25g	30g

Ilustración No. 18: Etiquetas Modelos

4.3.5. Ley Contra el Bioterrorismo

Como resultado de los incidentes terroristas del 11 de septiembre de 2001, Estados Unidos promulgó la Ley Contra el Bioterrorismo, que abarca una gran cantidad de disposiciones obligatorias a los exportadores extranjeros que desean importar a Estados Unidos. En cumplimiento de la normativa establecida en la Ley de Respuesta para la Seguridad en Salud Pública y Preparación contra el Bioterrorismo de 2002 o Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002 (Ley Bioterrorismo), la Administración de Alimentos y Drogas de Estados

Unidos, en inglés Food and Drug Administration FDA, requiere de una notificación previa de alimentos importados para evitar ataques terroristas y emergencias relacionadas con el suministro de alimentos en Estados Unidos. Para ello, la regulación requiere que las instalaciones que procesan alimentos sean registradas con la FDA y que la FDA sea notificada con anticipación sobre la importación de embarques de alimentos. La FDA debe ser notificada antes de que se de la importación o que el producto sea ofrecido para su importación a Estados Unidos.

Es sumamente importante que el exportador de alimentos notifique previamente el ingreso y el deseo de exportar a Estados Unidos para demoras innecesarias en la nacionalización del embarque, que incluyen hasta la devolución del embarque total a su puerto de origen.

4.3.6. Requisitos Arancelarios

La United States International Trade Commission es la entidad responsable de la publicación del Arancel Armonizado de los Estados Unidos conocido como el Harmonized Tariff Schedule of the United States HTSUS y la institución responsable de administrar el régimen arancelario y procesar las declaraciones de importación es el U.S. Customs and Border Protection CBP.

El HTSUS contiene los aranceles y las categorías estadísticas para todas las mercancías importadas a Estados Unidos. El sistema estadounidense se construye sobre el Sistema Armonizado Internacional a 6 dígitos, pero el sistema estadounidense contiene 2 dígitos adicionales para mayores detalles y otros 2 dígitos para efecto de registros estadísticos; es decir, que tiene 10 dígitos.

Este documento es distribuido por la International Trade Commission of the United States y se lo puede ubicar en la siguiente página:

www.usitc.gov/tata/hts/

4.3.7. Clasificación de la mercancía en el arancel de aduanas en Estados Unidos

El importador de Estados Unidos de América aplica la siguiente tarifa a las importaciones con la subpartida 0208.90.90, procedentes del Ecuador.

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción Régimen Comercial	Impuesto General	Impuesto Ecuador-ATPDEA
02089090	Other meat and edible meat offal not elsewhere specified or included, fresh, chilled or frozen	Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga	6.4%	0.00%

Tabla No. 21: Clasificación de la mercancía en el arancel de aduanas en Estados Unidos. Market Access Map

4.3.8. Preferencias Arancelarias y Acuerdos

El ATPDEA permite el ingreso libre de arancel a cerca de 4,180 productos, dentro de los que se encuentran las flores, productos de plástico, tubos de acero, escobas, joyas, productos químicos, prendas de vestir bajo ciertas condiciones, calzado, petróleo y sus derivados, relojes y sus partes, carteras y manufacturas de cuero, atún empacado al vacío en papel o sobres de aluminio con un contenido no mayor a 6.8 Kg, entre otros.

Están excluidos del ATPDEA los textiles (hilados y tejidos) y confecciones con excepción de prendas de vestir, ron, azúcar y concentrados líquidos y productos que contengan azúcar (ejemplo: almíbar, jarabes), atún preparado o preservado por cualquier medio en empaques al vacío (ejemplo: atún en conservas) con excepción del atún.

La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga (Atpdea), para Ecuador, fue renovada el día 12 de octubre del 2011. La normativa que exonera de gravámenes a ciertos productos nacionales estará vigente hasta julio del 2013 y con efecto retroactivo al 12 de febrero de este año. Sobre el efecto retroactivo de la renovación del ATPDEA, significará que sea devuelto “hasta el último centavo” todos los aranceles que fueron pagados por los exportadores ecuatorianos desde el 12 de febrero hasta antes de renovar nuevamente el tratado, al ingresar sus productos a los Estados Unidos.

Las Preferencias Arancelarias benefician a las exportaciones nacionales de brócoli, flores, mangos, camarón, atún, espárragos, entre otros productos no tradicionales que se venden en Estados Unidos.

Ecuador renuncia al ATPDEA

Frente a la amenaza de ciertos sectores políticos, grupos mediáticos, el 27 de julio del 2013 el Ecuador renunció unilateralmente y de manera irrevocable al Tratado de Preferencias Arancelarias (ATPDEA) con Estados Unidos.

Ecuador manifestó que el país no acepta presiones ni amenazas de nadie, las preferencias fueron otorgadas a los países andinos como compensación a su lucha contra las drogas, pero pronto se volvieron un nuevo instrumento de chantaje.

Casi la mitad del comercio exterior de Ecuador se destina a Estados Unidos, principalmente petróleo, flores, vegetales congelados, bananos y camarones, que junto al resto de productos sumaron en 2012 más de 10.000 millones de dólares.

El gobierno cuenta con un plan de compensaciones para los sectores productivos afectados entre ellos se encuentran los subsidios, precios favorables a los fertilizantes y crédito preferencial.

4.3.9. Sugerencias al exportador para acelerar el proceso de despacho de aduanas

1. Incluya toda la información requerida en las facturas de aduana.
2. Prepare sus facturas cuidadosamente. Escriba con claridad. Deje suficiente espacio entre las líneas. Mantenga los datos dentro de cada columna.
3. Asegúrese de que sus facturas contienen la información que aparecerá en una lista de empaque bien preparado.
4. Indique marca y número de cada paquete para que pueda ser identificado con las marcas correspondientes y los números que aparecen en su factura.
5. Muestre una descripción detallada en la factura de cada artículo de mercancía contenida en cada envase individual.
6. Marque sus productos de forma legible y visible con el país de origen a menos que estén específicamente exentos de los requisitos del país de la marca de origen, y con cualquier otra marca como es requerido por las leyes de marcado de los Estados Unidos.

7. Cumpla con las disposiciones de las leyes especiales de los Estados Unidos que pueden aplicarse a sus productos, como las leyes relacionadas con productos alimenticios, medicamentos, cosméticos, bebidas alcohólicas, los materiales radiactivos, y otros.
8. Observe las instrucciones de cerca con respecto a la facturación, embalaje, marcado, etiquetado, etc., enviado por su cliente en los Estados Unidos. Él o ella probablemente han realizado una inspección cuidadosa de los requisitos que deben cumplirse cuando la mercancía llega.
9. Trabaje con CBP para elaborar normas de embalaje para sus mercancías.
10. Establezca procedimientos de seguridad en sus instalaciones de sonido y mientras el transporte de sus mercancías para el envío. No le dé a los contrabandistas de narcóticos la oportunidad de introducir narcóticos a su envío.
11. Considere el envío de una compañía participante en el Sistema Automatizado de Manifiesto (AMS).
12. Si se utiliza un agente de aduanas autorizado para la transacción, considere el uso de una empresa que participa en la Automated Broker Interface (ABI).

4.4. Análisis de la Normativa Legal Nacional

El régimen de exportación es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

Pueden exportar todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país, que estén debidamente registradas y autorizadas por la Corporación Aduanera Ecuatoriana

4.4.1. Requisitos para ser Exportador

Todo operador de comercio Exterior debe cumplir con un requerimiento de el SENA E (Servicio de Aduana del Ecuador) y de su nuevo portal ECUAPASS y Ventanilla Única Ecuatoriana VUE.

Esta nueva regulación obliga a todos los operadores de comercio Exterior (importadores y exportadores) a cumplir con los requisitos para la obtención de la firma digital (Etoken o pen drive) con los entes autorizados, Banco Central del Ecuador y Security Data.

4.4.2. Implementación Sistema Aduanero Ecuapass

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador desde el de octubre del 2012, puso en marcha el nuevo sistema informático ECUAPASS, por lo que a partir del martes 16 de octubre hasta el 22 de octubre de 2012 se interrumpieron las operaciones en todos los Distritos Aduaneros del País.

- El primer paso es obtener el registro Único de contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas. El proceso a seguir es el anteriormente detallado.
- Como segundo paso se debe adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: [http://www.eci.bce.ec/web/guest/solicitud-de-certificado*](http://www.eci.bce.ec/web/guest/solicitud-de-certificado)

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

El proceso de registro es obligatorio por lo que a continuación se presentan los requisitos para la obtención de la firma o certificación digital:

4.4.3. Requisitos y Procedimiento para la Obtención de Firma Electrónica Personas Jurídicas

- Registro único de Contribuyentes (RUC) actualizado
- Registro único de Proveedores (RUP)
- Copia del Nombramiento de Representante Legal Notarizado
- Copia de la Cédula notarizada
- Copia de la constitución de la compañía notarizada
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad

4.4.4. Requisitos y Procedimiento para Obtención de Firma Electrónica Personas Naturales

- Cédula de Ciudadanía
- Papeleta de votación actualizada (para extranjeros certificado de empadronamiento)
- Original de la factura de luz, agua o teléfono del domicilio correspondiente a los últimos 3 meses, que certifiquen la dirección domiciliaria.
- RUC (Registro Único de Contribuyentes (actualizado))
- RUP en caso de tenerlo
- Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad

4.4.5. Procedimiento para obtención de firma electrónica Personas Naturales y personas jurídicas

Una vez que tenga lista toda la documentación se debe ingresar al siguiente link:

1. Ingrese al link:

https://www.securitydata.net.ec/productos_servicios/certificados/certificados_persona_natural.php

2. De click en la palabra "FORMULARIO", aquí debe subir los documentos solicitados

3. Una vez realizado el punto 1 y 2 debe acercarse personalmente a las oficinas de Security data en:

- Quito en (Rio Palora Oe2-37 y Amazonas - Sector Aeropuerto) con toda la documentación y con el valor de USD 77.28 (valor de la certificación).
- En Guayaquil puede acercarse a: Jaime Roldós Aguilera, Parque Empresarial Colon, Edificio Coloncorp, Torre 6-2, Piso 1 Of. Telconet Balcón de Servicios

Banco Central

Sucursal Mayor del Banco Central, Av. 9 de Octubre No.200 entre Pichincha y Pedro Carbo.

Teléfonos: 593 4 2566-333 Exts.: 2263 / 2262 / 2028

Le entregarán la certificación y el Etoken (Flash memor USB)

Este registro también lo puede realizar en:

http://www.eci.bce.ec/web/guest/solicitud-de-certificado*

*Si usted opta por realizar la gestión en el Banco Central del Ecuador, deberá acercarse a retirar la certificación en esta entidad

Esta medida es obligatoria y sin la firma digital no se podrá realizar ningún trámite de exportación ni importación.

4.4.6. Registro en el portal del nuevo sistema ECUAPASS

- Registrarse en el portal de ECUAPASS:

[\(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>\)](http://www.ecuapass.aduana.gob.ec)

En el portal de ECUAPASS se podrá:

- Actualizar base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

El primer paso es instalar los programas indispensables para el uso del portal de ECUAPASS.

 Instalación y revisión del programa indispensable para el uso del portal de ECUAPASS			
Pasos	Nombre del proceso	Verificar	Ayuda
Paso 1	Java Script	OK	Cuando indica "No", haga clic en "ayuda" para la configuración  Internet Explorer  Mozilla Firefox  Google Chrome
Paso 2	Java Runtime Environment	OK	Cuando indica "No", haga clic en [Descargar e instalar] para la configuración Por favor, instale el programa, cierre el browser e ingrese nuevamente.
Paso 3	Programación de Log in del PKI	No	"NO" : Desinstale y re-instale JAVA 1. Desinstalación de JAVA [haga clic] 2. Instalación de JAVA [haga clic] 3. Instalación de programa de Certificado Digital [haga clic] [Descarga 1] o [Descarga 2] "Nuevo" 1. Instalación de programa de Certificado Digital [haga clic] [Descarga 1] o [Descarga 2] Por favor, instale el programa, cierre el browser e ingrese nuevamente.
Paso 4	Adobe Flash Player Install	OK	Cuando indica "No" o "Nuevo", haga clic en [Descargar e instalar] para la configuración Por favor, instale el programa, cierre el browser e ingrese nuevamente.

Copyright (c) Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
 Todos los derechos reservados

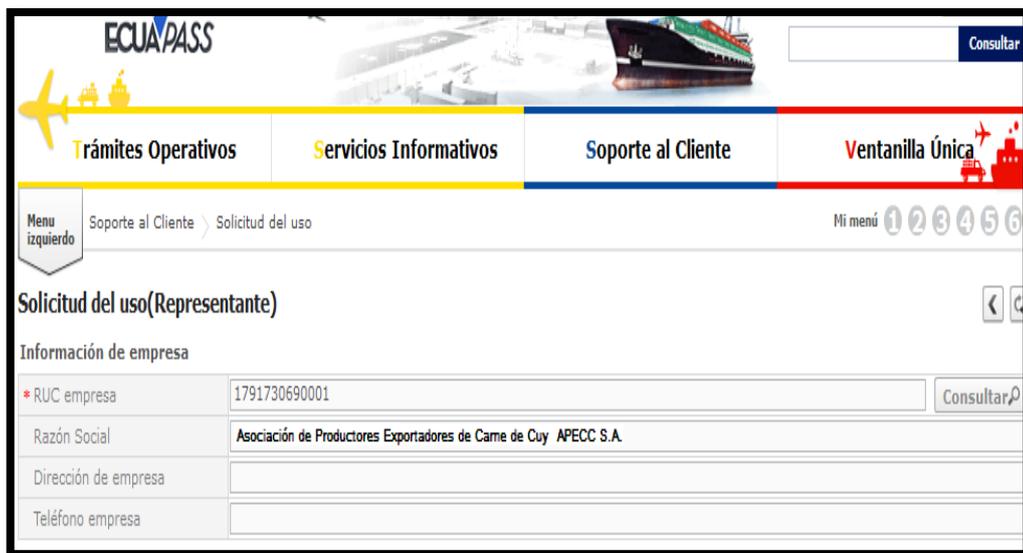


Ilustración No. 19: Registro en el portal del sistema ECUAPASS

Información de empresa

Aquí nos pedirá todos los datos referentes a la compañía:

RUC empresa.- en este campo se ingresará el RUC de empresa a ser registrada como exportador, damos un click en consultar y automáticamente aparecerá el nombre de la empresa que le pertenece el RUC



Información de empresa	
* RUC empresa	1791730690001
Razón Social	Asociación de Productores Exportadores de Carne de Cuy APECC S.A.
Dirección de empresa	
Teléfono empresa	

Ilustración No. 20: ECUAPASS interfaz. Portal ECUAPASS

Dirección de Empresa.- se debe ingresar la dirección que se registro en el RUC de la empresa

Teléfono empresa.-se ingresará el número telefónico de la empresa.



Dirección de empresa	<input type="text"/>
Teléfono empresa	<input type="text"/>

Información de representante

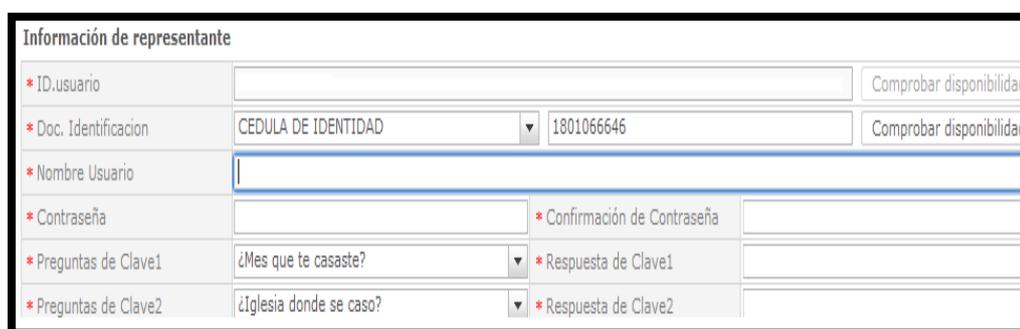
En esta parte se ingresa toda la información del representante legal de la empresa

ID usuario.- escogemos un ID de usuario y comprobamos la disponibilidad de mismo (Ejemplo: Cpullas)

Doc. Identificación.- ingresamos el número de cédula del representante legal.

Nombre Usuario.- ingresamos el nombre del representante legal.

Contraseña.- escogemos una contraseña, esta contraseña es independiente a la del token.



Formulario de información de representante con los siguientes campos:

* ID.usuario	<input type="text"/>	Comprobar disponibilidad
* Doc. Identificación	CEDULA DE IDENTIDAD <input type="text" value="1801066646"/>	Comprobar disponibilidad
* Nombre Usuario	<input type="text"/>	
* Contraseña	<input type="password"/>	* Confirmación de Contraseña <input type="password"/>
* Preguntas de Clave1	¿Mes que te casaste? <input type="text"/>	* Respuesta de Clave1 <input type="text"/>
* Preguntas de Clave2	¿Iglesia donde se caso? <input type="text"/>	* Respuesta de Clave2 <input type="text"/>

Preguntas de clave.- en los campos de preguntas se escoge preguntas de seguridad, para esto será necesario recordar en qué orden se contestó las preguntas ya que en caso de necesitar contestar las preguntas de seguridad en un futuro se deberá contestar en el mismo orden que se lo hizo en un principio

Provincia.- provincia del representante legal

Dirección.- dirección del representante

Teléfono.- teléfono del representante

Correo electrónico.-ingresamos una dirección de correo electrónicos y a esa dirección nos llegaran todas las notificaciones de aduana y comprobamos la disponibilidad del mismo.

Posición.- elegimos el cargo de la persona que se está registrando

SENAE Correo Electrónico.- este correo nos asigna automáticamente la aduana.

The screenshot shows a registration form with the following sections:

- * Preguntas de Clave2:** ¿Iglesia donde se caso? (dropdown)
- * Preguntas de Clave3:** ¿Nombre de su ciudad preferida? (dropdown)
- * Provincia:** --Selección-- (dropdown)
- * Dirección:** (text input)
- * Teléfono1:** Celular (dropdown: Claro) and Teléfono2 (text input)
- * Correo Electrónico:** (text input) with a "Comprobar disponibilidad" button.
- * Confirmación de correo electrónico:** Posición (dropdown: REPRESENTANTE) and SENAE Correo Electrónico (text input).
- Recibir mensaje SMS:** Recibir No recibir
- Tipo de OCEs:** Agente de Aduana (dropdown) with "Agregar" and "Eliminar" buttons.

No	Código de OCEs	En el informe se clasifican	Solicitar nuevo código	Fecha de inicio	Fecha de final
1	09901816	Exportador	Emision	14/03/2011	31/12/9999

4.4.7. Normas Técnicas y Normas de Calidad

4.4.7.1. Reglamentaciones de Carácter Sanitario

Estas reglamentaciones son medidas sanitarias destinadas a proteger la salud pública.

En Ecuador, los organismos de control sanitario son la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – AGROCALIDAD, el Instituto Nacional de Pesca (INP) y el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez” (INH).

Al momento de exportar se debe considerar el tipo del producto, sea este vegetal, animal, de la acuicultura, de la pesca, procesados, medicinales, cosméticos, bioquímicos, ya que de eso dependerá el tipo de registro o certificado que necesita emitir la institución emisora.

Para la exportación productos de origen animal (vivos, congelados), categoría en la cual se encuentra la carne de cuy pre-cocida empacada al vacío se requiere seguir los siguientes pasos.

Como primer paso todo tipo de producto animal vivo o congelado requiere de un Registro de Productor / Exportador, y éste tiene una vigencia específica por lo cual requiere de renovación.

Posterior a la obtención del registro, cuando el exportador desee realizar un embarque, por cada embarque debe solicitar la emisión de un Certificado Zoosanitario, el cual requiere de una inspección del producto a embarcar. El certificado tiene una vigencia máxima de 90 días calendarios contados desde la fecha de aprobación y con validez para ése único embarque.

Ambos documentos son emitidos en la Dirección de Sanidad Animal en la Agencia de Aseguramiento de la Calidad del Agro–AGROCALIDAD, institución adscrita al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

REGISTRO DE EXPORTADOR/ PRODUCTOR

Todo productor, productor-exportador y exportador debe estar registrado en AGROCALIDAD. El registro es el mismo para todos los productos de origen animal.

Costo:

Registro de Exportador: USD 80,00

Nota: Consultar tarifario de Agrocalidad en su sitio web.

Vigencia:

Registro de Exportador: 2 años.

Documentos Requeridos:

RUC, Copia de Cédula, Constitución de la empresa y nombramiento del representante legal (persona jurídica), Croquis de ubicación del centro de acopia (exportador) y establecimiento (exportador – productor).

CERTIFICADO ZOOSANITARIO

Por cada embarque que el exportador realice, AGROCALIDAD debe hacer una inspección previa del producto para la emisión de un Pre-Certificado de Mercancía. Luego, este pre-certificado se canjea por el Certificado Zoosanitario en puertos, aeropuertos y puestos fronterizos.

Costo:

Pre-Certificado de Mercancía: USD 50,00. Certificado Zoosanitario: USD 4,00

Nota: Consultar tarifario de Agrocalidad en su sitio web.

Vigencia:

Duración: 90 días, válido por ése único embarque

4.5. Descripción del Proceso de Exportación

Desde la utilización del nuevo Sistema ECUAPASS se eliminó la generación de la Orden de Embarque, ahora el proceso de Exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el portal del ECUAPASS o mediante un software compatible con el sistema de ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, con esta declaración se crea un vínculo legal

y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Nombre del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

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

1. **Canal de Aforo Documental.-** se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.
2. **Canal de Aforo Físico Intrusivo.-** se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.
3. **Canal de Aforo Automático.-** la autorización de salida, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

4.5.1. Documentos de Acompañamiento para la Exportación

El envío de carga internacional debe cumplir las condiciones de seguridad requeridas y se debe entregar la información y documentación completa.

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite)
- Documento de Transporte

4.5.1.1. Documentos Comerciales

Factura proforma

La factura proforma es un documento que utiliza el vendedor para plasmar una oferta detallada de una venta.

Al tratarse de una oferta, si es aceptada por el comprador, será el origen de un contrato de compraventa. Por tanto, es necesario que contenga todos los datos necesarios para establecer los términos y condiciones de venta.

Factura comercial

Documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial. En una factura deben figurar los siguientes datos: fecha de emisión, nombre y dirección del exportador y del importador extranjero, descripción de la mercancía, condiciones de pago y términos de entrega.

4.5.1.2. Documentos de Transporte

Son la prueba de existencia del contrato de transporte y recibo de la carga, que será transportada y entregada al consignatario en el lugar de destino.

B/L bill of lading.- es utilizado en el transporte marítimo, que es uno de los modos más utilizados para el comercio internacional. Es el que soporta mayor movimiento de mercancías, tanto en contenedor, como graneles secos o líquidos.

Air Waybill (AWB).- el conocimiento de embarque aéreo, es el documento utilizado en el transporte aéreo. Constituye el contrato de transporte por parte de la compañía aérea, y prueba del contrato de transporte.

4.5.1.3. Certificado de origen

Para obtener un certificado de origen el exportador debe seguir los siguientes pasos:

REGISTRO EN EL ECUAPASS: El primer paso que debe realizar el exportador para poder obtener un certificado de origen es registrarse en el ECUAPASS a través del sitio web <https://portal.aduana.gob.ec/>, opción “Solicitud de Uso”, o registrarse en los sitios web de FEDEXPOR o Cámaras autorizadas por el MIPRO para la emisión de los mismos.

Generación de la Declaración Juramentada de Origen DJO: En el ECUAPASS, menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de DJO”, el exportador deberá generar la respectiva Declaración Juramentada de Origen del producto a exportar, requisito mínimo para la obtención de TODO Certificado de Origen. La DJO tiene como objetivo determinar de forma sistematizada si el producto cumple con los requisitos para gozar de origen Ecuatoriano. Duración 2 años.

Generación del Certificado de Origen: En el ECUAPASS, menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de CO”, el exportador deberá llenar el formulario en línea, para luego retirarlo físicamente en el MIPRO. En el caso de que el exportador escogiera FEDEXPOR o las Cámaras, deberá ingresar al sistema desde el sitio web respectivo y llenar el formulario, para posteriormente retirar el certificado físico.

4.5.1.4. Pólizas de Seguros

La póliza es el documento principal del contrato de seguro, en donde constan los derechos y obligaciones de las partes, es un documento privado redactado en varios folios. Las condiciones generales están impresas, mientras las condiciones particulares son personalizadas.

4.6 Análisis de la Logística para el Transporte de la Carne de Cuy Precocida desde Ecuador hasta Estados Unidos- New Jersey

Término de negociación

Realizamos una investigación para determinar tarifas aproximadas para el transporte y seguro de nuestro producto, cabe aclarar que para el caso de las exportaciones el término de negociación más usado es FOB (Free on Board), es decir el vendedor entrega la mercancía en el puerto de embarque y es el comprador quien debe encargarse del transporte y seguro internacional del producto.

Franco a bordo

Este término de negociación solo se utiliza para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

“Franco a Bordo” significa que la empresa vendedora entrega la mercancía a bordo del buque designado por la compradora en el puerto de embarque designado o proporciona la mercancía así ya entregada. El riesgo de pérdida o daño a la mercancía se transmite cuando la mercancía está a bordo del buque, y la empresa compradora corre con todos los costos desde ese momento en adelante.

Costos y riesgos

El vendedor entrega la mercadería a bordo del buque designado. El riesgo de pérdida o daño a la mercadería se transmite cuando la mercadería está a bordo del buque, y el comprador corre con todos los costos desde ese momento en adelante.

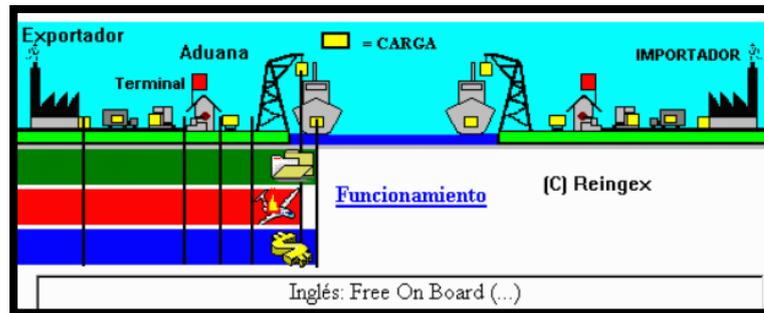


Ilustración No. 21: Incoterm FOB

4.6.1. Transporte Interno Nacional

Luego de haber efectuado el empaque de los cuyes congelados, se realizará el transporte desde la comercializadora que se encuentra en Lloa provincia de Pichincha, en un vehículo cerrado con cuarto frío para luego embarcar en el puerto de Guayaquil ya que la exportación se efectuará por vía Marítima en contenedores refrigerados por las altas temperaturas que necesita este producto.

A continuación se presenta un estudio de las tarifas referenciales que el importador podría utilizar:

4.6.2. Agencia de Carga

La agencia de carga seleccionada para realizar el transporte internacional fue Hapag Lloyd (transoceánica) ya que fue la empresa que mejor tarifa poseía. A continuación se presenta la oferta de la Naviera:

COTIZACION DE TRANSPORTE MARITIMO

OFERTA MÍNIMA DE VENTA

Tipo de Embarque:	FCL
Origen:	GUAYAQUIL
Destino:	NEW YORK
Términos:	PUERTO -PUERTO
Referencia:	1X20 'REEFER 1X40'REEFER

DESCRIPCIÓN	MONEDA	TARIFA
OCEAN FREIGHT 1X20'REEFER	USD	3850.00 /CNTR
OCEAN FREIGHT 1X40'REEFER	USD	4850 /CNTR
BAF	USD	255.00 /CNTR
HANDLING	USD	90.00
EXPORT FEE	USD	110.00
SPECIAL EQUIPMENT	USD	250.80 +IVA (12%) /CNTR
MANIPULACION	USD	136.00 +IVA

TT APROX.:	15 DIAS
Frecuencia:	SEMANAL
Vía:	DIRECTO

Tabla No. 22: Cotización. Transoceánica.

4.6.3. Empresa Aseguradora

La carne de cuy es un producto perecible y delicado, el mismo que tiene que ser transportado no solamente en un medio de transporte que no lo estropee, sino también de manera ágil y en refrigeración.

Luego de hacer la investigación para este proyecto y consultar con varias aseguradoras, se establece que la única empresa que está dispuesta a asegurar nuestro producto por tratarse de un perecible es **Grupo ACE Seguros**

Riesgos Cubiertos

Los riesgos que cubre esta empresa son L.A.P. y su costo depende del valor de la mercancía y del valor del flete, pues estos dos rubros se suman y se hace un cálculo del 2% más el IVA para cubrir este tipo de mercancía, es este caso por tratarse de mercancía perecible no se puede negociar de ninguna otra manera este rubro.

Grupo ACE Seguros

Es uno de los mayores proveedores mundiales de seguros y reaseguros, ACE América Latina tiene acceso a una amplia red de operaciones con fuertes raíces comerciales en todos los países y mercados a los que sirve.

ACE Seguros, con casa matriz regional establecida en la ciudad de Santiago, Chile, incluye operaciones de negocios en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Miami, México, Panamá, Perú y Puerto Rico.

4.7. Embalaje y envase para la exportación

Envase para la exportación

El envase que se va a utilizar para la exportación de la carne de cuy empacada al vacío que permitirá que el producto extienda el período de conservación, las dimensiones son de 10*14 cm.,



Ilustración No. 22: Empaque

Embalaje para la exportación

En este caso se empleará cajas de cartón, cada una de las cuales contendrá 12 envases. Se utilizará a la vez cinta adhesiva para cerrar los cartones.

Durante el primer año del presente proyecto, se pretende exportar 5400 cajas en cada contenedor

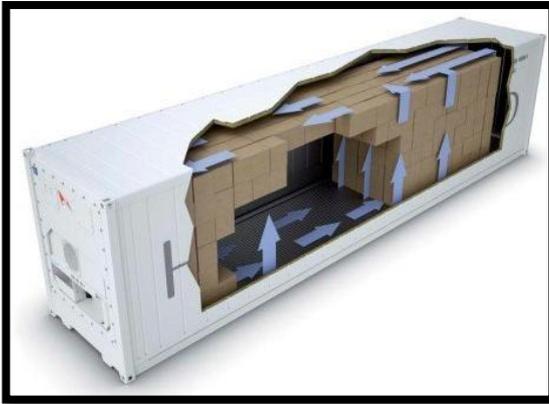
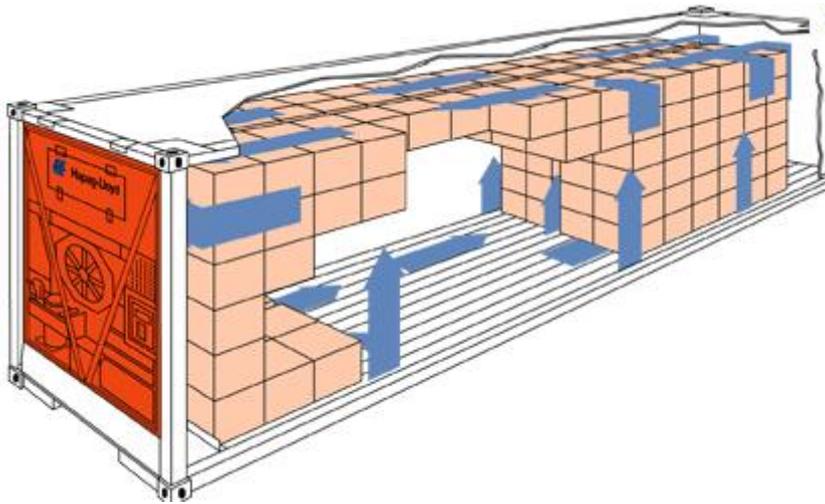


Ilustración No. 23: Contenedores refrigerados

4.8. Cubicaje

Contenedor de 40 pies refrigerado



Cada estiba contiene 30 pisos de cajas, cada piso con 9 cajas. Para un total de estiba de 270.

Contenedor de 40' Refrigerado 20 pallets total por contenedor de 5400 cajas.

CAPÍTULO 5

ESTUDIO DE MARKETING

5.1. Marketing Mix Precio

5.1.1. Producto

Como alimento la carne de cuy es una valiosa fuente de proteínas superior a otras carnes.

La carne de cuy tiene ventajas incomparables como alimento, por cuanto a las recientes investigaciones se ha descubierto en su composición sustancias vitales para el ser humano.

5.1.1.1. Beneficio básicos

La carne de cuy es:

- Altamente nutritivo
- Altamente digestible.
- Cero colesterol
- Contiene sustancias como el AA ácido graso ARAQUIDONICO y DHA ácido graso DOCOSAHEXAENOICOQUE no existen en otras carnes.

5.1.1.2. Producto ampliado

Es una carne rica en proteínas (20.3%) y a la vez en grasas (7.8%) ofreciendo una serie de beneficios nutricionales para quien lo consume,

su bajo contenido en grasas lo hace consumible por personas que padecen de obesidad y enfermedades cardiovasculares.

Beneficios Nutricionales

Componente	Cuy	Conejo	Pollo
Humedad	74.17	69.30	70.20
Proteínas	20.02	20.27	18.30
Grasas	3.30	3.33	9.30
Minerales	0.80	1.42	1.00

Tabla No. 23: Beneficios Nutricionales. La Autora

5.1.2. Plaza

La carne de cuy se exporta a distintos países de Europa y Estados Unidos y parte de Asia donde son distribuidos por empresas constituidas por diversos tratos comerciales.

Este tipo de carne ha tenido una gran acogida en los distintos restaurantes.

Aplicaremos un sistema de venta poco compleja, cuyos objetivos son la búsqueda de economías de escala, un mayor poder de negociación, la posibilidad de una exportación directa a importadores de Estados Unidos y una mayor participación en la decisión de políticas sectoriales. Para el cumplimiento de estos objetivos realizaremos “acuerdos” con comunidades y familias productoras de cuyes. Estos acuerdos tienden a la obtención de una materia prima de calidad y una mejora de eficiencia tanto de producción como de procesamiento y la venta. La Empresa

capacitará a los proveedores de cuy brindándole asistencia técnica y les asegura un precio de venta.

Este mecanismo de administrar la cadena de suministros, beneficia a ambas partes y además agregan valor a la producción; pues la empresa asegura la trazabilidad (control de los distintos participantes de la cadena) ante cualquier problema posterior a la venta.

5.1.3. Precio

Para establecer el precio del cuy para el mercado de Estados Unidos, implementaremos una estrategia competitiva de precios.

El costo de un cuy faenado empacado al vacío de acuerdo a la investigación de mercados se comercializa en un valor de \$13.00 basados en este precio y teniendo en cuenta que el producto tiene un valor agregado y se ha determinado que precio de cuy precocido sea de 14.50.

5.1.4. Promoción

Para dar a conocer a nivel mundial nuestro producto, se enviarán muestras para la degustación de los importadores en Estados Unidos y se desarrollará una página Web, con el fin de dar a conocer la principal información de la empresa y los productos que ofrecemos.

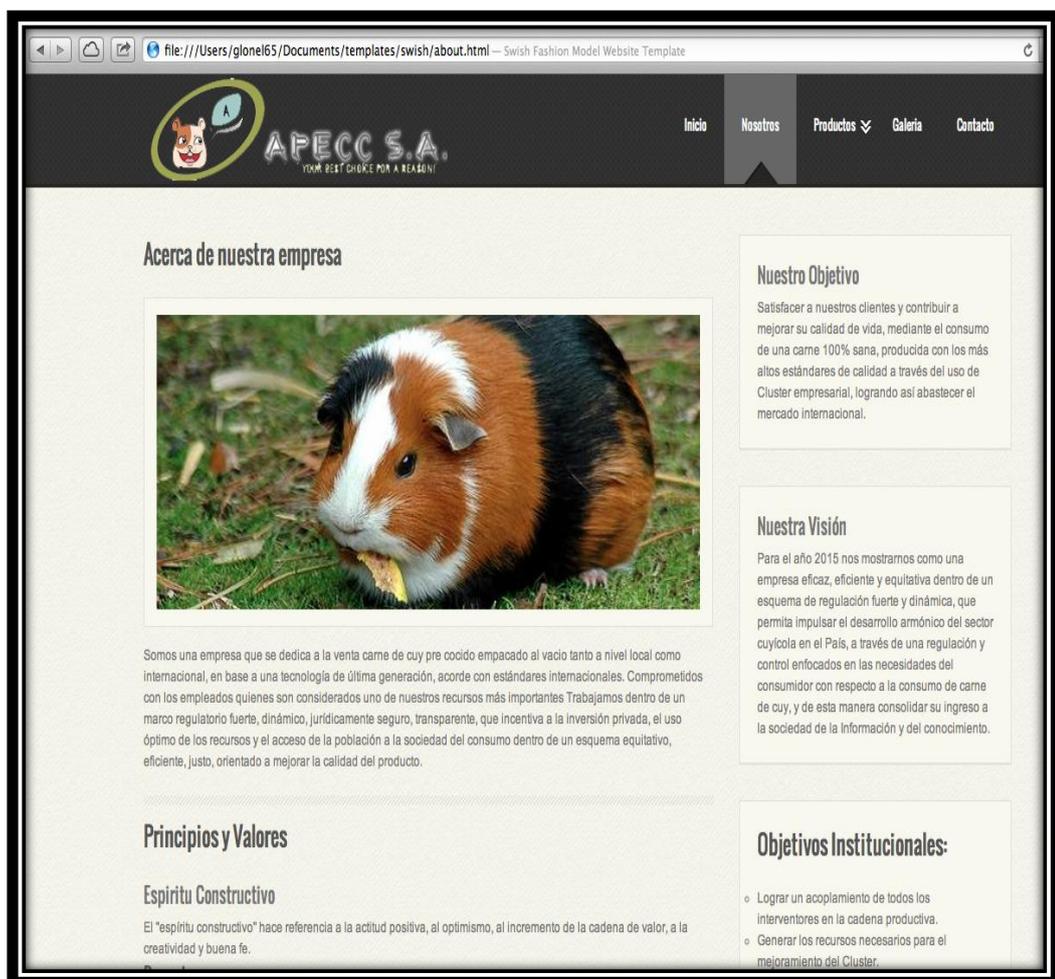
5.1.5. Publicidad

La publicidad presentará una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta. El objetivo es crear un impacto directo sobre el cliente para que se adquiera el producto; con el

consecuente incremento en las ventas. Se ha adoptado varios canales informativos, el primero, en la actualidad que tiene gran demanda, es el Internet, en este medio tecnológico existen algunos portales que ofrecen publicar avisos de manera gratuita.

Con esta oportunidad se ingresará por tiempo limitado al mercado, con miras a lo posterior construir una página Web en la que se encuentre información específica del producto de una manera directa, y demás beneficios que conlleva la creación de la página electrónica.

Diseño de página web



The screenshot shows a web browser window displaying the website for AFECC S.A. The browser's address bar shows the file path: file:///Users/glonel65/Documents/templates/swish/about.html. The website has a dark header with the AFECC S.A. logo on the left and a navigation menu on the right with links for Inicio, Nosotros, Productos, Galeria, and Contacto. The main content area is light-colored and features a large image of a guinea pig. Below the image is a paragraph of text describing the company's commitment to quality and customer satisfaction. To the right of the image are two columns of text: 'Nuestro Objetivo' and 'Nuestra Visión'. At the bottom left, there is a section titled 'Principios y Valores' with a sub-section 'Espiritu Constructivo'. At the bottom right, there is a section titled 'Objetivos Institucionales' with a list of two bullet points.

file:///Users/glonel65/Documents/templates/swish/about.html — Swish Fashion Model Website Template

AFECC S.A.
YOUR BEST CHOICE FOR A REAGAMI

Inicio Nosotros Productos Galeria Contacto

Acerca de nuestra empresa



Somos una empresa que se dedica a la venta carne de cuy pre cocido empacado al vacío tanto a nivel local como internacional, en base a una tecnología de última generación, acorde con estándares internacionales. Comprometidos con los empleados quienes son considerados uno de nuestros recursos más importantes Trabajamos dentro de un marco regulatorio fuerte, dinámico, jurídicamente seguro, transparente, que incentiva a la inversión privada, el uso óptimo de los recursos y el acceso de la población a la sociedad del consumo dentro de un esquema equitativo, eficiente, justo, orientado a mejorar la calidad del producto.

Principios y Valores

Espiritu Constructivo

El "espíritu constructivo" hace referencia a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe.

Nuestro Objetivo

Satisfacer a nuestros clientes y contribuir a mejorar su calidad de vida, mediante el consumo de una carne 100% sana, producida con los más altos estándares de calidad a través del uso de Cluster empresarial, logrando así abastecer el mercado internacional.

Nuestra Visión

Para el año 2015 nos mostramos como una empresa eficaz, eficiente y equitativa dentro de un esquema de regulación fuerte y dinámica, que permita impulsar el desarrollo armónico del sector cuyícola en el País, a través de una regulación y control enfocados en las necesidades del consumidor con respecto a la consumo de carne de cuy, y de esta manera consolidar su ingreso a la sociedad de la Información y del conocimiento.

Objetivos Institucionales:

- Lograr un acoplamiento de todos los interventores en la cadena productiva.
- Generar los recursos necesarios para el mejoramiento del Cluster.

5.1.5.1. Relaciones públicas

Público objetivo

Va dirigido a gerentes de medianas y grandes empresas, ya que los objetivos son básicamente:

- Resaltar la calidad y beneficios de nuestro producto.
- Fomentar y mantener un vínculo con diferentes organizaciones empresariales.

Nuestro producto se basa en las bondades de carne de cuy en cuanto a la salud y nutrición, además se buscará generar confianza en los consumidores, induciéndolos a comprar un producto sano bajo en grasas preparado bajo los estrictos estándares requeridos internacionalmente.

Imagen del consumidor

El consumidor está en busca de productos nutritivos.

Medio de comunicación

Ferias internacionales

5.1.5.2. Responsabilidad social

Público objetivo

Personas entre los 25 años en adelante y otras personas que padecen de obesidad y enfermedades cardiovasculares

Objetivo

- Contribuir al desarrollo, futuro de la sociedad
- Incrementar la competitividad, la reputación corporativa y la buena imagen, tanto interna como externa, de la empresa.
- Con esto lograremos que el consumidor entienda que APECC no solo atiende las necesidades propias del producto sino que el compromiso de la Empresa con la sociedad es fundamental.

5.1.6. Promoción de ventas

Público objetivo

Nuestro público objetivo de ventas serán mayoristas y minoristas.

Objetivo

Conseguir que nuestro producto se comercialice en los supermercados de New Jersey, ya que por ser un producto nutritivo bajo en grasas que suple el consumo de otras carnes es una excelente alternativa para las personas que padecen de obesidad y problemas cardiovasculares.

Imagen del consumidor

Es un producto sano nutritivo

Medio de comunicación

Internet, ferias Internacionales

5.1.7. Canal de distribución

El canal de distribución que se va a utilizar para la comercialización de la carne de cuy pre-cocida es la venta a MAYORISTAS ya que dentro de este sistema de comercialización, el distribuidor mayorista es el principal

contacto con los supermercados, debido a la dificultad logística y a los costos que acarrea el proceso de importación. Por lo tanto, los distribuidores mayoristas son los encargados de todo el desarrollo de la logística requerida para la comercialización de la fruta en el punto de venta, lo que implica la administración de los inventarios y la realización de actividades de

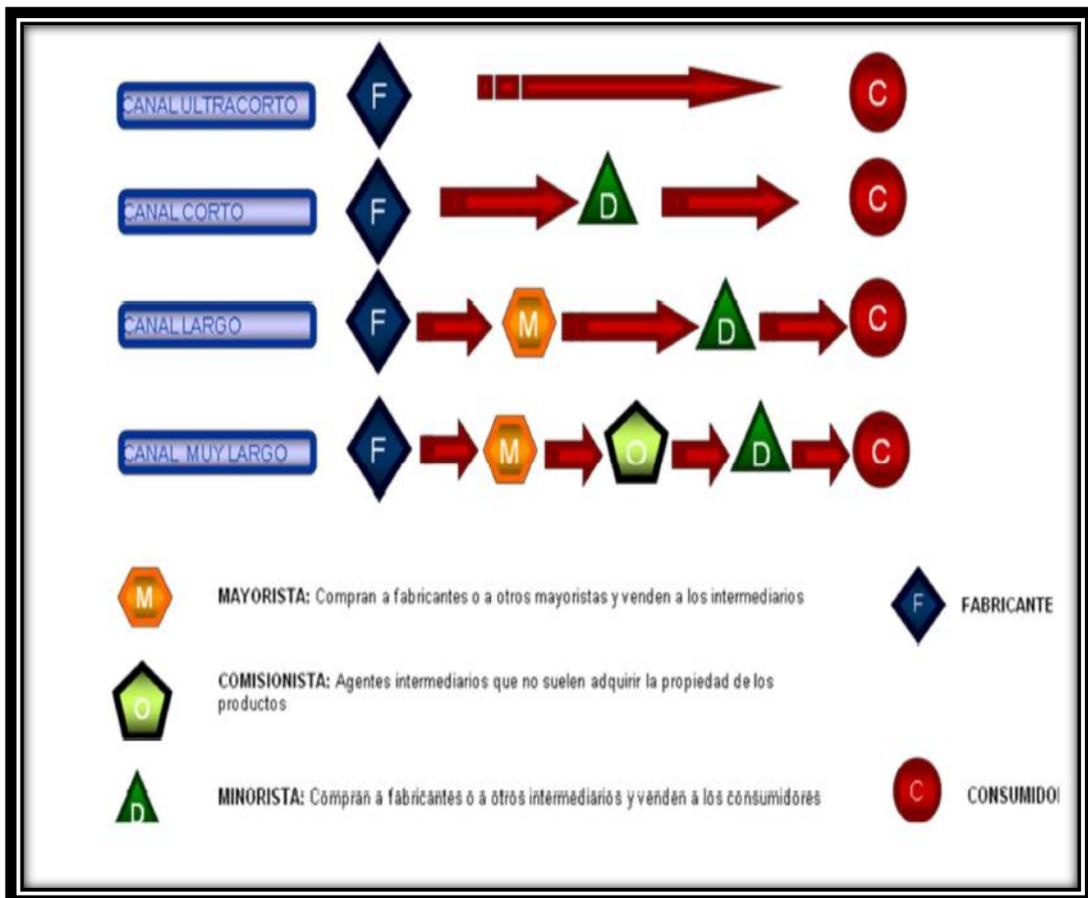


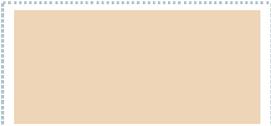
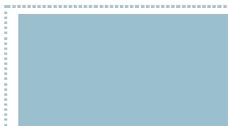
Ilustración No. 24: Canal de distribución

5.2. Marketing Operativo

5.2.1. Imagen corporativa

Es la imagen de una compañía en otras palabras es la carta de presentación, la primera impresión que el público tendrá sobre la empresa, esta imagen corporativa: debe reflejar los valores de nuestra empresa, nuestra personalidad debe estar comunicada en nuestra imagen.

5.2.2. Gama cromática

Verde oliva militar sgi		#8E8E38
Gris 65		#A6A6A6
Bisque 2		#EED5B7
Chocolate 3		#CD661D
Azul claro 3		#9AC0CD

5.2.3. Tipografía

Castle para el nombre de la empresa y novacon para el Slogan

5.2.4. Logotipo

Ilustración No. 25: Logotipo. La Autora



5.2.5. Slogan

TU MEJOR ELECCIÓN POR UNA RAZÓN!!

5.2.5.1. Ventajas del Envasado al Vacío

El aire afecta a los alimentos almacenados de la siguiente manera:

- Quema y deshidrata los alimentos congelados.

- En presencia de oxígeno, las bacterias y microorganismos crecen y se reproducen, haciendo que se acelere la descomposición de los comestibles.
- La presencia de humedad hace que los alimentos pierdan su frescura, causa endurecimiento en alimentos sólidos, como el azúcar o la sal.

El empaçado al vacío es el proceso por el cual se extrae el aire de un recipiente, brindando así los siguientes beneficios:

- Mantienen su frescura y sabor
- Mantienen su textura y apariencia natural.
- Al guardarlos en el congelador no se queman, ya que no están expuestos al aire frío.
- No se deshidratan ya que al no haber aire, se mantiene la humedad natural de los comestibles.
- Los alimentos con olores fuertes, como la cebolla y el ajo, no transmiten su olor a otros alimentos en su refrigerador. Al estar completamente sellados, impiden el escape de aire.
- Es posible marinar o condimentar carnes, pollos y pescado en pocos minutos. Al no haber aire en el envase, el aderezo penetra los alimentos con mayor rapidez.

Duración de los alimentos empaçados al vacío				
Alimentos	Dónde guardarlos	Envase Oster FoodSaver a usar	Duración normal	Duración en empaque al vacío
Cortes grandes de carnes, pollos, cerdos, etc.	Congelador	Bolsa para sellar	6 meses	2 a 3 años

5.2.5.2. Ventajas de la venta de carne de cuy precocido

La venta de la carne de cuy precocida es una buena opción para la venta debido a su alto aporte nutritivo, a su exquisito sabor y en la cantidad suficiente por su tamaño y peso y que garanticen al consumidor final un producto de calidad.

5.2.5.3. Proveedores de Empaques



Quito:

Vicente Duque N73-85 y José de la Rea Lote1 (Junto a Andinatel), sector
Carcelén Alto

Teléfonos: (593-2) 2808 868 / 2477 471 / 2806 404 / 2808 307

Fax: (593-2) 2808 762

Móvil: (593-9) 93 928 532

E-mail: info.uita@aditmaq.com

Web: www.aditmaq.com

Guayaquil:

Km 12 ½ vía Daule, Parque California 2, Bloque D. Bodegas 1, 2, 24, 25

Teléfonos: (593-4) 2103 418 - 2103 565 - 2103 476

Fax: (593-4) 2103 674

Productos

Empaques para Embutidos e Industria de Alimentos en General



Alitecno S.A.

Quito:

Av. 10 de agosto N46-51 y de las Retamas (sector El Labrador)

Teléfonos: (593-2) 2407 316 / 2402 742

Fax: (593-2) 2406 717

E-mail: **danielchamorroba@altecno.com.ec, djativa@alitecno.com.ec,**

Contacto: Sra. Leivid Moreira / Ing. Daniel Chamorro / Ing. Darío Jativa /
Ing. Nathalia Yacelga

Web: **www.alico-sa.com / www.tecnas.com.co /www.citalsa.com**

Productos

Fundas para vacío (coextruido Nylon - Polietileno)

Bolsas planas y parables (flex-up), con o sin forma

Empaques inteligentes (BOPP, PET, BOPA, EVOH, Ny, Foil Aluminio)

Fundas laminadas con zipper, peel n'stick, válvula dispensadora y
desgasificadora

Empaques para embutidos: Tripas plásticas, Tripa natural, Tripa de
colágeno

Etiquetas termoencogibles

Lámina termoformable

Lámina para equipos Flow-pack y otros

Tapas de foil de aluminio (vasos plásticos)

Fundas termoencogibles

5.3. Marketing Estratégico

5.3.1. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos establecidos, están encaminados a propiciar la productividad, la competitividad, el acceso a un mercado internacional a través de la asociación de varios productores de carne de cuy.

- 1) Formar la asociatividad con un grupo de personas.
- 2) Crear una planta con nueva tecnología de producción, con los mejores estándares de calidad y bajo costo del producto.
- 3) Exportar logrando incursionar en el mercado Estadounidense con el mejor cuy del Ecuador.

5.3.2. Matriz de estrategia FODA

Con esta herramienta se procedió a conformar un cuadro de la situación actual del negocio la producción de cuy en el país, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones para formular Estrategias y objetivos, las cuales se detallan en el presente análisis. De las cuatro variables que son analizadas, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que resulta posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas. Después del desarrollo de la

Matriz, se establecieron las Estrategias que se emplearan para el desarrollo de la empresa.

FODA	FORTALEZAS		DEBILIDADES		
	F1. Ubicación estratégica para el desarrollo de la empresa.		D1. No existen suficientes criaderos de cuyes para abastecer al mercado internacional		
	F2. Clima favorable para la cría de cuyes		D2. Experiencia Técnica, Investigación y desarrollo		
	F3. Precios competitivos		D3. Competencia empresarial		
	F4. Inversiones de los socios		D4. Bajo poder de negociación con los clientes y proveedores		
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO	
O1. Apoyo por parte del gobierno a las exportaciones	Mejorar y desarrollar los productos a ofertar			Estar en constante comunicación y actualización en tecnología	
O2. La demanda ha crecido notablemente	Aumentar marketing				
O3. Desarrollo Creciente del sector	Fomentar la producción de cuy en los habitantes del Lloa como una alternativa de desarrollo de esta zona por ser muy apta para este tipo de producción			Incentivar el asociativismo a los productores pequeños con el fin de conseguir un mayor volumen de producción	
O4. Involucramiento de la tecnología de punta	Aprovechar la ubicación del plantel				
AMENZAS		ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
A1. Ingreso de nuevos competidores al sector	Crear alianzas con empresas extranjeras			Conseguir financiamiento construir galpones y llevar una buena crianza de los cuyes	
A2. Las repentinas decisiones políticas y la legislación pueden afectar en cualquier momento a las exportaciones	Menor costo unitario de los insumos.				
A3. Guerra de precios	Capacitar asesorar a al personal de la empresa en el cumplimiento de las exigencias sanitarias de la comunidad norteamericana.			Realizar alianzas con otros productores con el fin de fortalecer relaciones comerciales y difundir su experiencia tecnología técnicas de producción	
A4. Alza de tasas e impuestos al país de destino					

Tabla No. 24: Análisis FODA. La Autora.

5.3.3. Estrategia de Penetración en el Mercado

Una de las razones para poder aplicar esta estrategia es cuando se busca incrementar la participación en el mercado.

Con esta estrategia se debe aumentar la cantidad de vendedores, elevar el gasto publicitario, ofrecer muchas promociones de ventas con artículos o reforzar las actividades publicitarias.

En el caso del proyecto planteado se ha decidido implantar esta estrategia, por medio de laceración de una página Web, la misma que debe basarse en los siguientes parámetros:

- Responsabilidad Social
- Relaciones Públicas
- Publicidad
- Promoción y ventas

La página debe ser creada de una manera llamativa, de manera que las persona interesadas vean una página novedosa y muy didáctica capaz satisfacer cualquier duda a nuestros clientes potenciales.

CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO

El siguiente capítulo está enfocado a conocer la viabilidad financiera de la inversión en el negocio y que permita que quienes hayan invertido obtengan un valor de recuperación que incluya: el capital invertido, el costo de oportunidad y un adicional que cubra el diferencial de riesgo asumido.

El estudio financiero presenta y refleja la realidad económica y financiera de la empresa, de modo que es necesario interpretar y analizar esa información para poder entender a profundidad el origen y comportamiento de los recursos de la empresa.

Una vez analizada la información permitirá conocer en la situación en la que se encuentra la empresa para así poder proyectar soluciones o alternativas para enfrentar los problemas surgidos, o para idear estrategias encaminadas a aprovechar los aspectos positivos.

6.1. Objetivo General

Establecer las variables que causan efectos en los costos del proyecto con el fin de definir la viabilidad del mismo, y que estas variaciones permitan analizar no solamente a nivel económico sino también a nivel el social, ya que de esta manera se podrá definir los requerimientos y necesidades de la sociedad en general para poder conocer la aceptación del proyecto y los beneficios económicos que este traerá.

6.2. Objetivos Específicos

- Conocer, estudiar, comparar y analizar las tendencias de las diferentes variables financieras que intervienen o son producto de las operaciones económicas de una empresa.
- Evaluar la situación financiera de la organización; es decir, su solvencia y liquidez así como su capacidad para generar recursos.

6.3. Presupuestos de Inversión

En el presupuesto de inversión se determina los montos que se utilizarán para que la empresa inicie sus actividades.

6.3.1 Inversión Fija Tangible

Las inversiones fijas están constituidas por los usos de fondos en la adquisición de tangibles como el terreno, herramientas, materiales e insumos para realizar las obras civiles y efectuar las actividades que permitirán poner en marcha el negocio de crianza, producción y exportación de cuyes

Instalación de forraje

DESCRIPCIÓN	Unidad/ Medida	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Costo de instalación de alfalfa	Ha	2	\$ 323,00	\$ 646,00
Total				\$ 646,00

Tabla No. 25: Instalación de forraje. La Autora

El forraje servirá de alimento para los cuyes.

Construcción del establecimiento

DESCRIPCIÓN	Unidad/ Medida	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Construcción del galpón	m2	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Construcción de pozas	m2	1.000	\$ 7,00	\$ 7.000,00
Oficinas	m2	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Camal de faenamiento	m2	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Bodega o departamento de producción	m2	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Mano de obra	Horas	1	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Total				\$ 15.157,00

Tabla No. 26: Construcción del establecimiento. La Autora.

Es la construcción del galpón en donde se encontrarán las pozas de crianzas además se construirá el camal de faenamiento donde se realizará todo el proceso de faenamiento.

Maquinaria y herramientas

DESCRIPCIÓN	Unidad/ Medida	Cantid ad	Precio Unitario	Valor Total
Aturdidor eléctrico para cuyes	Unidad	2	\$150,00	\$300,00
Máquina peladora de cuyes	Unidad	1	\$2.070,00	\$2.070,00
Congelador	Unidad	1	\$650,00	\$650,00
Balanza electrónica	Unidad	2	\$18,00	\$36,00
Estufa a gas	Unidad	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Tanque de gas	Unidad	2	\$50,00	\$100,00
Empacadora al vacío	Unidad	2	\$3.000,00	\$6.000,00
Ollas	Unidad	10	\$25,00	\$250,00
Bandejas plásticas	Unidad	2.000	\$0,90	\$1.800,00
Bolsas de polietileno para empacar a vacío	Unidad	2.000	\$0,50	\$1.000,00
Sogas	Metros	50	\$0,50	\$25,00

Carretillas	Unidad	3	\$50,00	\$150,00
Palas	Unidad	4	\$25,00	\$100,00
Rastrillo	Unidad	5	\$30,00	\$150,00
Jabas de transporte	Unidad	8	\$2,00	\$16,00
Comederos	Unidad	1.000	\$0,70	\$700,00
Bebedores	Unidad	1.000	\$0,70	\$700,00
Gazaperas	Unidad	80	\$0,60	\$48,00
Escobas	Unidad	6	\$2,00	\$12,00
Recogedores	Unidad	6	\$1,00	\$6,00
Mesa de Acero inoxidable	Unidad	2	\$120,00	\$240,00
Canastillas plásticas	Unidad	20	\$1,00	\$20,00
Tinas	Unidad	20	\$1,00	\$20,00
Delantales impermeables	Unidad	5	\$15,00	75,00
Total				\$15.668,00

Tabla No. 27: Maquinaria y herramientas. La Autora.

Se detallan las herramientas, materiales y uniformes que son necesarias en una explotación cuyícola, que permitirá tener un buen manejo de los animales en cuanto a alimentación, sanidad, control de calidad, etc.

Equipo de computación

DESCRIPCIÓN	Unidad/ Medida	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Computadores e impresoras	Unidad	8	\$700,00	\$5.600,00
Total				\$5.600,00

Tabla No. 28: Equipo de computación. La Autora.

Los equipos de computación serán necesarios en los departamentos administrativos para tener un sistema de control.

Equipos de oficina

DESCRIPCIÓN	Unidad/ Medida	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Teléfonos	Unidad	10	\$5,00	\$50,00
Sumadoras	Unidad	3	\$3,00	\$9,00
Escritorios y sillas	Unidad	10	\$80,00	\$800,00
Sillas	Unidad	10	\$30,00	\$300,00
Muebles	Unidad	5	\$50,00	\$250,00
Mesas	Unidad	2	\$8,00	\$16,00
Archivadores	Unidad	2	\$45,00	\$90,00
Copiadoras	Unidad	1	\$600,00	\$600,00
Total				\$2.115,00

Tabla No. 29: Equipos de oficina. La Autora

El equipo de oficina será utilizado en las oficinas administrativas.

Equipo veterinario y sanidad

DESCRIPCIÓN	Unidad/ Medida	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Overol	Unidad	4	\$10,00	\$40,00
Botas	Unidad	4	\$50,00	\$200,00
Guantes	Unidad	100	\$0,05	\$5,00
Mascarilla	Unidad	20	\$0,05	\$1,00
Agujas	Unidad	10	\$0,50	\$5,00
Bisturí	Unidad	10	\$1,00	\$10,00
Tijeras	Unidad	4	\$1,00	\$4,00
Total				\$265,00

Tabla No. 30: Equipo veterinario y sanidad. La Autora

Este equipo permitirá tener un control de sanidad de los animales.

Cuyes en pie de cría

DESCRIPCIÓN	Unidad/ Medida	Cantid ad	Precio Unitario	Valor Total
Hembras	Unidad	2000	\$6,00	\$12.000,00
Machos	Unidad	200	\$7,00	\$1.400,00
Total				\$13.400,00

Tabla No. 31 Cuyes en pie de cría. La Autora.

Son los ejemplares de cuyes, necesarios para iniciar la producción de cuyes en la empresa.

Vehículos

DESCRIPCIÓN	Unidad/ Medida	Cantid ad	Precio Unitario	Valor Total
Camioneta		1	\$20.000,00	\$20.000,00
Total				\$20.000,00

Tabla No. 32: Vehículos. La Autora.

Los vehículos se utilizarán para el transporte de insumos y cuyes faenados.

Terreno

DESCRIPCIÓN	Unidad/ Medida	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Terreno Galpón	m2	1200	\$3,00	\$3.600,00
Total				\$3.600,00

Tabla No. 33: Terreno. La Autora.

El terreno se utilizará para construcción del galpón.

6.3.2. Inversión fija intangible

La inversión fija intangible, inversión van incluidos los gastos que se realizan en la fase pre-fase operativa del proyecto que no pueden ser identificados físicamente como por ejemplo se fondos para gastos de constitución empresarial, tramite de legalización, estudios, etc.

Gastos de Organización y constitución

DESCRIPCIÓN	Valor Total
Gastos de Constitución	\$900
Licencia de Funcionamiento	\$600
Total	\$1500

Tabla No. 34: Gastos de Organización y constitución. La Autora.

Son los gastos legales que se pagaran por constitución de la empresa.

6.3.3. Resumen de inversión

DESCRIPCION	TOTAL
INVERSION FIJA TANGIBLE	\$86.451,00
Caja	\$10.000,00
Instalación de forraje	\$646,00
Construcciones	\$15.157,00
Maquinaria y Herramientas	\$15.668,00
Equipo de Computación	\$5.600,00
Equipo de Oficina	\$2.115,00
Equipo Veterinario y Sanidad	\$265,00
Cuyes (Pie de Cría)	\$13.400,00
Vehículos	\$20.000,00
Terreno para Galpón	\$3.600,00

INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	\$1.500,00
Gasto de Constitución	\$900,00
Licencia de Funcionamiento	\$600,00
MONTO DE LA INVERSIÓN	\$87.951,00

Tabla No. 35: Resumen de inversión. La Autora.

La inversión total está conformada por la inversión fija tangible e intangible, el monto total de la inversión es de \$87.951,00.

6.4. Estado de situación inicial

Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, a una fecha determinada.

El estado de situación inicial, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa, este estado de situación financiera se encuentra estructurado de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio. El activo se encuentra conformado por todas aquellas cuentas que reflejan los valores de los que dispone la entidad. Por otro lado el pasivo muestra todas las obligaciones que posee el ente. Estas obligaciones son, naturalmente, económicas: préstamos, compras con pago diferido, etc. El patrimonio es el activo menos el pasivo y representa los aportes de los propietarios o accionistas más los resultados no distribuidos. El patrimonio neto o capital contable muestra también a capacidad que tiene la empresa de autofinanciarse.

Fórmula

Capital Contable = Activo – Pasivo

APECC S.A.
(Valorados en Usd.)
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
AL 1 DE MAYO 2012

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo corriente		Proveedores	15.000,0
Caja / Bancos	10.000,0	Obligaciones Bancarias	30.000,0
Inventarios Productos en Proceso (cuyes en pie de cría)	13.400,0	Total Pasivo Corriente	45.000,0
Total Activo Corriente	23.400,0		
Activo fijo		PATRIMONIO	
Maquinaria y Herramientas	15.668,0	Capital	42.951,0
Equipo de Computación	5.600,0		
Equipos de Oficina	2.115,0		
Equipo Veterinario y Sanidad	265,0		
Edificio	15.803,0		
Vehiculos	20.000,0		
Terreno para Galpón	3.600,0		
Total Activo Fijo	63.051,0		
Activo Diferido			
Gasto de Constitución	900,0		
Licencia de Funcionamiento	600,0		
Total Activo Diferido	1.500,0		
TOTAL ACTIVOS:	87.951,0	TOTAL PASIVO PATRIMONIO	87.951,0

Tabla No. 36: Estado de Situación Inicial. La Autora.

En el Estado de Situación Inicial de APECC S.A. se puede observar un total de Activos de \$87.951,0 y con un total de Pasivos Corrientes de \$45.000,0, y obteniendo un capital contable de \$42.951,0. De esta manera se ha llegado a la conclusión de que la empresa tiene más Activos que obligaciones.

6.5. Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas es la representación de una estimación programada de las ventas, en términos cuantitativos, realizado por la organización

Las proyecciones de ventas se han realizado en base a las exportaciones históricas que Ecuador ha tenido en el mercado estadounidense, bajo

información proporcionada por el Banco Central se logró recopilar dicha información del país en estudio

Se ha realizado el presupuesto en kilos, a un precio promedio por kilo de \$14,00 valor FOB.

A continuación se presenta el presupuesto de ventas:

APECC S.A.					
PRESUPUESTO DE VENTAS					
(Valorados en Usd.)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRODUCTO					
CUYES PRE-COCIDOS					
Producción anual (Cuyes)	20.029	20.229	20.432	20.636	20.842
Precio Promedio	14,50	15,37	16,29	17,27	18,31
Total ingresos venta	290.421	310.924	332.875	356.376	381.537
TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS	290.421	310.924	332.875	356.376	381.537

Inicialmente se ha obtenido en el Año 1 un ingreso total de ventas de \$290.421 y finalmente en el Año 5 se alcanza un ingreso de \$381.537.

Tabla No. 37: Presupuesto de Ventas. La Autora.

6.6. Presupuesto de costos

En toda actividad productiva al ofrecer un producto se generan costos, entendiéndose que los costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la fabricación del producto.

El costo de adquisición se lo ha establecido en \$ 6,50 costo que es representativo del mercado tomando en consideración que la empresa es un Cluster.

APECC S.A.
PRESUPUESTO DE COSTOS

(Valorados en Usd.)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRODUCTO					
CUYES PRE-COCIDOS					
Total Órdenes	20.029	20.229	20.432	20.636	20.842
Costo Promedio	6,50	6,89	7,30	7,74	8,21
Total Costos venta	130.189	139.380	149.220	159.755	171.034
TOTAL DE COSTOS POR VENTAS	130.189	139.380	149.220	159.755	171.034

Tabla No. 38: Presupuesto de Costos. La Autora.

El costo se ha incrementado también en forma anual, en base a la inflación proyectada, en nuestro caso es del 6%.

6.7. Presupuesto de gastos de ventas y administración

El presupuesto de gastos de ventas y administración proyecta todos los gastos referentes a salarios y depreciación, publicidad,

Se ha considerado que se debe tener un rubro para prever algún contingente referente a reparaciones y mantenimiento futuro equivalente aproximadamente a \$ 183.33 aproximadamente mensuales.

Los servicios básicos se han considerado tomando en cuenta los gastos históricos de empresas similares de los servicios telefónicos, de agua, energía eléctrica e Internet.

En gastos varios de administración en ambos presupuestos se han

considerado una base del 0,5 % de las ventas.

A continuación se presente el presupuesto de gastos presupuestados por la administración:

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRACION					
(Valorados en Usd.)					
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	56.890,0	59.734,5	62.721,2	65.857,3	69.150,2
REPARACIONES Y MANTENIMIENTO	2.200,0	2.310,0	2.425,5	2.546,8	2.674,1
AMORTIZACIONES	600,0	300,0	300,0	300,0	300,0
DEPRECIACIONES	6.683,3	6.683,3	6.683,3	6.683,3	6.683,3
SERVICIOS BASICOS	7.600,0	8.360,0	9.196,0	10.115,6	11.127,2
GASTOS VARIOS DE ADMINISTRACION	1.307,1	1.399,4	1.498,2	1.604,0	1.717,2
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	75.280,4	78.787,1	82.824,2	87.106,9	91.651,9
GASTOS DE VENTAS					
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	17.500,0	19.250,0	21.175,0	23.292,5	25.621,8
TOTAL GASTOS VENTAS	17.500	19.250	21.175	23.293	25.622
GASTO VENTA Y ADMIN. PRESUP.	92.780,4	98.037,1	103.999,2	110.399,4	117.273,6

Tabla No. 39: Presupuestos de Gastos de Ventas y Administración. La Autora.

6.8. Presupuestos De Estados Financieros

El presupuestos de Estados financieros es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas.

A continuación se presenta el Balance de Resultados proyectado a 5 años:

Balance de resultados proyectados

APECC S.A. BALANCE DE RESULTADOS PROYECTADOS

(Valorados en Usd.)

	1	2	3	4	5
VENTAS NETAS	252.406	270.226	289.304	309.729	331.596
- COSTOS DE VENTAS	(99.160)	(106.160)	(113.655)	(121.679)	(130.270)
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	153.247	164.066	175.649	188.050	201.326
GASTOS ADMINISTRATIVOS	(75.190)	(68.756)	(72.459)	(76.375)	(80.517)
GASTOS DE VENTAS	(17.500)	(19.250)	(21.175)	(23.293)	(25.622)
UTILIDAD EN OPERACIONES	60.557	76.060	82.014	88.382	95.187
GASTOS FINANCIEROS	(3.525)	(2.277)	(848)		
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	57.031	73.784	81.166	88.382	95.187
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	(8.555)	(11.068)	(12.175)	(13.257)	(14.278)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	48.477	62.716	68.991	75.124	80.909
(-) IMPUESTO A LA RENTA	(12.119)	(15.679)	(17.248)	(18.781)	(20.227)
UTILIDAD NETA	36.357	47.037	51.743	56.343	60.682

Tabla No. 40: Balance de resultados Proyectados. La Autora.

6.9. Flujos de Caja Presupuestado

El estado de flujos de efectivo es el estado financiero que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Este es uno de los estados financieros más importante para toda empresa ya que muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final.

Para fines del presente estudio y con objeto de calcular el período de recuperación de la inversión, se ha calculado el flujo de caja que se detalla a continuación:

APECC S.A.
FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO
(Valorados en Usd.)

		ANUAL				
		1	2	3	4	5
SALDO INICIAL CAJA	BG	10.000	46.957	121.041	202.507	291.189
MAS: INGRESOS:						
RECUPERACION CLIENTES		252.406	270.226	289.304	309.729	331.596
TOTAL EFECT. DISPONIBLE		262.406	317.183	410.345	512.236	622.784
MENOS; DESEMBOLSOS						
COSTOS DE VENTAS		99.160	106.160	113.655	121.679	130.270
GASTOS ADMINISTRATIVOS		74.590	68.456	72.159	76.075	80.217
GASTOS DE VENTAS		17.500	19.250	21.175	23.293	25.622
G. FINANCIEROS		3.525	2.277	848		
IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES		20.674	26.747	29.423	32.038	34.505
TOTAL EGRESOS		215.449	196.142	207.838	221.047	236.109
SUPERAVIT (DEFICIT) CAJA		46.957,42	121.040,99	202.507,13	291.188,87	386.675,86

Tabla No. 41: Flujo de Caja Presupuestado. La Autora.

6.10. Evaluación Financiera

La evaluación financiera se lo realiza mediante métodos matemáticos- Financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo.

En nuestro estudio utilizaremos los dos criterios más usados y que permiten verificar si un proyecto es económicamente rentable o no; estos criterios son: el Valor Actual Neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

6.10.1. Criterios de Evaluación

6.10.1.1. Valor Actual Neto

Un método para determinar si nos interesa acometer un proyecto de negocio o inversión es la utilización del VAN, Valor Actualizado Neto.

En el caso del presupuesto de la administración el VAN es de \$ 98.420,20

Se debe indicar que la tasa de descuento utilizada fue del 10% desglosado de la siguiente manera:

- La tasa de inflación promedio esperada es de 5 % anual,
- La tasa de riesgo del sector industrial, así como la tasa de riesgo del negocio, fueron proporcionados por la Superintendencia de Compañías.

Tasa de inflación promedio esperada:	5,00%
Tasa de riesgo del sector:	3,00%
Tasa de riesgo del negocio:	2,00%
Tasa de Descuento	10,00%

Por tanto, el cálculo de los valores netos en el proyecto se presenta a continuación:

VALOR ACTUAL NETO		
II		(87.951,00)
1		36.964,22
2		37.446,80
3		37.666,48
4		37.465,45
5		36.828,25
Valor Neto (5 años)		186.371,20
	-Inversión Inicial	(87.951,00)
VAN		98.420,20

Tabla No. 42: Valor Actual Neto. La Autora.

6.10.1.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

En el caso de nuestro proyecto tenemos una tasa interna de retorno del 31,67%, esto quiere decir que el proyecto es aceptable.

TASA INTERNA DE RETORNO

(Valorados en Usd.)

flujos de efectivo	periodos de capitalizacion por año
(87.951,00)	1
36.964,22	TIR NOMINAL DEL PERÍODO
37.446,80	31,67%
37.666,48	
37.465,45	
36.828,25	

TIR Nominal Anual

31,67%

Tabla No. 43: Tasa Interna de Retorno. La Autora.

6.11. Relación Costo- Beneficio

La relación costo-beneficio está representada por la relación: Ingresos / Egresos.

En donde los ingresos y los egresos deben ser calculados de un modo que no genere perdidas para la empresa y por el contrario tenga un criterio de ganancias para poder que uno de los objetivos se cumplan como el de generar beneficios a la empresa y su personal.

La Relación Costo Beneficio es una función de la tasa de interés empleada en los cálculos del VAN, de manera tal que al calcular este índice, se obtenga la información necesaria con el propósito de tomar la decisión de invertir o no.

Es conveniente que para descontar los flujos se lo haga a la tasa equivalente a un costo de oportunidad de Capital.

El criterio de evaluación basado en la Relación Costo Beneficio, es válido para emprender en un determinado proyecto pero no lo es para elegir entre varios proyectos alternativos.

6.12 Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Recuperacion (propuesto) (Valorados en Usd.)

PERIODO DE RECUPERACION DE INVERSION			
Año	Recuperación Anual de Caja	Recuperación valor actual	Recuperación Acumulada
1	52.646,56	\$ 47.005,86	\$ 47.005,86
2	126.349,54	\$ 112.812,09	\$ 159.817,95
3	207.783,04	\$ 185.520,58	\$ 345.338,53
3	296.794,96	\$ 264.995,50	\$ 610.334,02
5	392.989,87	\$ 350.883,81	\$ 961.217,84

INVERSION INICIAL

87.951,00 12 MESES

(67.313,97)

(9,18)

X=

(9,18)

POR TANTO EL TIEMPO DE RECUPERACION DE INVERSIÓN ES IGUAL A:

1 año y 9 meses aproximadamente

Tabla No. 44: Periodo de Recuperación. La Autora.

6.13. Punto de Equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (**IT = CT**). Un **punto de equilibrio** es usado en las organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender el producto.

Para el caso en estudio, se ha calculado el punto de equilibrio para cada uno de los cinco años proyectados, diferenciando los costos fijos y los costos variables.

Se ha realizado el estudio en dólares y unidades, por tanto el punto de equilibrio se muestra en el siguiente cuadro:

APECC S.A.
DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS	1	2	3	4	5
COSTOS OPERATIVOS					
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	56.890,00	59.734,50	62.721,23	65.857,29	69.150,15
REPARACIONES Y MANTENIMIENTO	2.200,00	2.310,00	2.425,50	2.546,78	2.674,11
SERVICIOS BÁSICOS	4.600,00	5.060,00	5.566,00	6.122,60	6.734,86
AMORTIZACIONES	600,00	300,00	300,00	300,00	300,00
SUBTOTAL COSTOS FIJOS	64.290,00	67.404,50	71.012,73	74.826,66	78.859,12
COSTOS VARIABLES					
GASTOS VARIOS DE ADMINISTRACIÓN	10.900,00	1.351,13	1.446,52	1.548,64	1.657,98
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	17.500,00	19.250,00	21.175,00	23.292,50	25.621,75
SUBTOTAL	28.400,00	20.601,13	22.621,52	24.841,14	27.279,73
GASTOS FINANCIEROS					
Interes del Préstamo	3.525,25	2.276,51	848,36	-	-
SUBTOTAL	3.525,25	2.276,51	848,36	-	-
SUBTOTAL COSTOS VARIABLES	31.925,25	22.877,64	23.469,87	24.841,14	27.279,73
TOTAL	96.215,25	90.282,14	94.482,60	99.667,80	106.138,85

	1	2	3	4	5
VENTAS	252.406,00	270.225,86	289.303,81	309.728,66	331.595,50
COSTO DE PRODUCCIÓN	99.159,50	106.160,16	113.655,07	121.679,12	130.269,66

	1	2	3	4	5
Ventas	252.406,00	270.225,86	289.303,81	309.728,66	331.595,50
Costo de Ventas	99.159,50	106.160,16	113.655,07	121.679,12	130.269,66
Factor 1	0,39	0,39	0,39	0,39	0,39
Margen de Contribución	0,61	0,61	0,61	0,61	0,61
Costo de Operación y financieros	96.215,25	90.282,14	94.482,60	99.667,80	106.138,85
Punto de Equilibrio (dolares)	158.472,17	148.699,99	155.618,40	164.158,74	174.816,93

TABULACIÓN PARA GRAFICAR

	1000	2000	3000	4000	5000
VENTAS	252.406,00	270.225,86	289.303,81	309.728,66	331.595,50
COSTOS TOTALES	195.374,75	196.442,30	208.137,67	221.346,92	236.408,51

Tabla No. 45: Determinación Punto de Equilibrio. La Autora.

PUNTO DE EQUILIBRIO

PRIMER AÑO

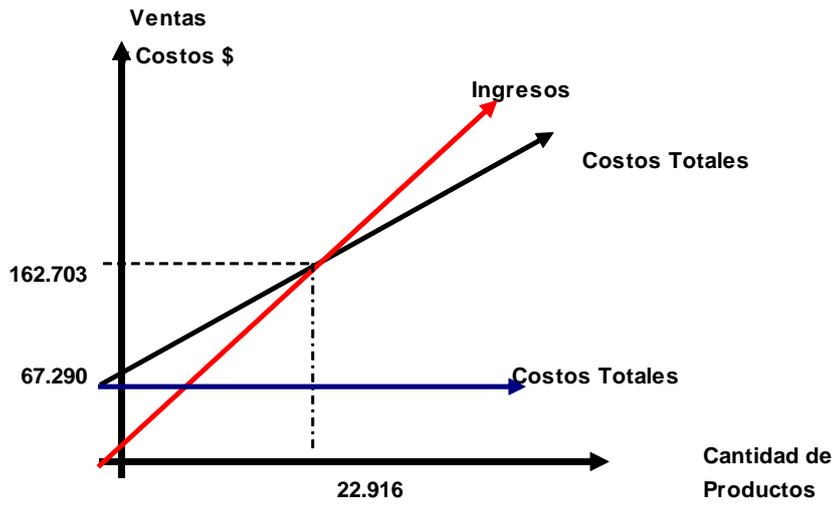


Gráfico No. 18: Punto de Equilibrio. La Autora.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. La idea de la creación de un cluster de carne de cuy pre-cocida empackada al vacío, hacia el mercado de Estados Unidos es bastante atractiva ya que se aplica una estrategia competitiva con el objetivo de solventar el problema de abastecimiento de este mercado y cubrir un mercado poco explotado, además al tener una variedad de razas existe la posibilidad para el empresario de ofertar una mayor gama de productos.

2. Después de haber concluido con el estudio podemos decir que nuestro producto se trata de un alimento saludable y muy nutritivo, y en este responde a la gran demanda actual por aquellos productos de mínimo aporte calórico y bajo contenido graso, como consecuencia de la toma de conciencia del público por llevar una vida más sana y de esa forma no ser alcanzados por esta epidemia silenciosa llamada Obesidad que día a día cobra víctimas en todo el mundo.

4. Alrededor del 79% de los latinos encuestados en Estados Unidos, respondieron que si consumen carne de cuy semanalmente, consumiendo alrededor de más de 1 kilo, el producto lo adquieren principalmente en restaurantes, ya que prefieren obtener el producto ya preparado listo para el de gustamiento, razón por la cual la idea de la venta de un cuy precocido es muy bien aceptada entre estas personas.

5. La estrategia de penetración de mercados es la más conveniente para nuestra empresa ya que esta estrategia busca posicionar nuestra marca

dentro del mercado madrileño, para en lo posterior ampliar a nuevos mercados, con nuestro producto estrella carne de cuy empacada al vacío.

6. Luego de realizado el análisis financiero podemos concluir que la inversión inicial para del cluster productor de carne de cuy precocido empacado al vacío, no es muy alta, por lo que no necesita de un endeudamiento, más bien se ve beneficiada por el aporte propio de los socios y empresas que se van sumando a este cluster.

11. La idea de la creación de un cluster productor de carne de cuy precocido empacado al vacío ayuda al desarrollo de la economía del país creando fuentes de empleo, generando riqueza y promoviendo el ingreso de divisas lo cual ayuda al equilibrio de nuestra balanza comercial.

Recomendaciones

1. La idea de negocio es bastante atractiva por su baja inversión y su alta rentabilidad por lo que se recomienda ponerla en práctica.
2. La iniciativa de la asociación de empresas permite más competitivos en el mercado internacional, así como brindar asesoramiento para que nuestros actuales productores mejoren sus procesos, con el fin de que puedan llegar con su producto a mercados externos.
3. Nuestro estudio de demanda potencial se trata de latinos como por ejemplo colombiano, bolivianos, peruanos, ecuatorianos radicados en New Jersey-Estados Unidos, por lo se recomienda elaborar una marca que identifique a este producto como un producto latino, lo que nos ayudará a posicionarnos de una manera más ágil, debido a que los consumidores migrantes se sentirán identificados con sus costumbres alimenticias.
4. Se recomienda participar en ferias internacionales, para conocer la competencia y poder aprender de ella y de esta manera posicionarnos en el mercado estadounidense.
5. Se recomienda incursionar en esta industria alimenticia ya que no ha sido explotada y el mercado, aprovechando las preferencias arancelarias que se tiene con el país del mercado destino

BIBLIOGRAFÍA

- Karina Amaluisa, Dick Vega Muñoz, Marco Larrea Monard, Jonathan Viera. (2011). *Guía Cómo Exportar A Estados Unidos*. Recuperado de de <http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/01/PROEC-GCE2011-EEUU.pdf>
- *Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración. Dirección de Balcón de Servicios. Guía de Etiquetado para Alimentos y Productos Textiles*. Estados Unidos. New York.
- Guaman Yupa Luz Maria. (2009). *Plan De Negocios Para La Producción Y Exportación De Cuyes Faenados Hacia Los Estados Unidos Y España, Cantón El Tambo, Provincia Del Cañar*. 2010. (Tesis Doctoral Inédita). Universidad Técnica Particular De Loja. Riobamba. Ecuador.
- Lorena Maldonado Herrera, Eric Vasquez Trejo. (2004) “*Proyecto De Prefactibilidad Para La Producción Y Exportación De Cuyes Al Mercado De Estados Unidos 2004 – 2013*”. (Tesis Doctoral Inédita). Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito. Ecuador.
- Rainer Maria Rilke. *Proyecto De Investigación Global Económico Para El Desarrollo Social*. Recuperado de <http://ricardo.bizhat.com/rmr-prigeds/rmr-prigeds.htm>
- Michael Porter (1998) *Cluster and the New Economics of Competitions*, Harvard Business Review.
- Registro Oficial (2011). *Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI*. Quito: Editora Nacional.