



# ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial

## **“IMPLANTACIÓN DE UNA EMPRESA HELICÍCOLA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARACOLES PARA EXPORTACIÓN”**

CARLOS ARNULFO VIVAS ARMAS

DIRECTOR: Econ. Bolívar Costales

CODIRECTOR: Ing. Alexandra Armijos, MBA, INT.

Sangolquí, Julio de 2007

## CERTIFICACIÓN

En calidad de Director y Codirector, CERTIFICAMOS QUE: el Sr. CARLOS ARNULFO VIVAS ARMAS, portador de la cédula de ciudadanía No. 050149950-3, ha realizado la Tesis de Grado Titulada: **“IMPLANTACIÓN DE UNA EMPRESA HELICÍCOLA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARACOLES PARA EXPORTACIÓN”**, cumpliendo con todos los requisitos teóricos y técnicos referentes a la elaboración del presente proyecto, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a la estructura del Plan de Tesis previamente presentado y aprobado por el Consejo Directivo del Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio.

Atentamente;

Director

Codirector

Econ. Bolívar Costales

Ing. Alexandra Armijos, MBA, Int

## **DEDICATORIA**

Al culminar esta etapa de mi vida, dedico a mis padres todo el esfuerzo reflejado en este trabajo de investigación, ya que sin su apoyo constante, no hubiese alcanzado esta meta tan anhelada.

*Carlos*

## **AGRADECIMIENTO**

Mi eterna gratitud para quienes me apoyaron en todo momento, de manera especial a mis profesores, mi familia y mis padres, testigos de triunfos y fracasos.

A la Escuela Politécnica del Ejército, de la cual llevo las mejores enseñanzas.

Mención aparte para el Econ. Bolívar Costales e Ing. Alexandra Armijos, quienes a través de su acertada guía han enriquecido mis conocimientos y orientado el buen desarrollo de esta tesis de grado.

# INDICE DE CONTENIDOS

## CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

|     |                            |   |
|-----|----------------------------|---|
| 1.1 | Generalidades              | 1 |
| 1.2 | Justificación del proyecto | 6 |

## CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO

|       |                                                      |    |
|-------|------------------------------------------------------|----|
| 2.1   | Estructura del mercado                               | 8  |
| 2.1.1 | Mercado disponible                                   | 9  |
| 2.1.2 | Mercado potencial                                    | 9  |
| 2.1.3 | Criterios y variables de segmentación del mercado    | 10 |
| 2.1.4 | Características del mercado español                  | 12 |
| 2.2   | Objetivos de la encuesta a aplicarse                 | 18 |
| 2.2.1 | Objetivo general                                     | 18 |
| 2.2.2 | Objetivos específicos                                | 19 |
| 2.3   | Cálculo del tamaño de la muestra                     | 19 |
| 2.3.1 | Definición de la muestra                             | 19 |
| 2.3.2 | Selección de la muestra                              | 19 |
| 2.3.3 | Diseño de los instrumentos de investigación de campo | 23 |
| 2.3.4 | Investigación de campo                               | 26 |
| 2.3.5 | Procesamiento de la información                      | 26 |
| 2.3.6 | Análisis de los resultados                           | 26 |
| 2.3.7 | Conclusión                                           | 30 |
| 2.4   | Análisis de la demanda                               | 31 |
| 2.4.1 | Elasticidad de la demanda                            | 31 |
| 2.4.2 | Factores que afectan a la demanda                    | 32 |
| 2.4.3 | Demanda histórica                                    | 33 |
| 2.4.4 | Proyección de la demanda                             | 34 |

|        |                                                 |    |
|--------|-------------------------------------------------|----|
| 2.5    | Análisis de la oferta                           | 35 |
| 2.5.1  | Descripción de la oferta de mercado             | 35 |
| 2.5.2  | Variables que afectan la oferta                 | 35 |
| 2.5.3  | Comportamiento histórico de la oferta           | 36 |
| 2.5.4  | Proyección de la oferta                         | 37 |
| 2.6    | Oferta y Demanda comparadas                     | 38 |
| 2.7    | Determinación de la demanda insatisfecha        | 39 |
| 2.8    | Definición del producto                         | 40 |
| 2.9    | Análisis de los precios                         | 44 |
| 2.10   | Canales de distribución                         | 45 |
| 2.10.1 | Flujo de comercialización del caracol terrestre | 46 |
| 2.11   | Estrategia comercial                            | 46 |
| 2.11.1 | Promoción                                       | 47 |

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO TÉCNICO**

|       |                                                                 |    |
|-------|-----------------------------------------------------------------|----|
| 3.1   | Efectos económicos de la ingeniería en el proceso de producción | 51 |
| 3.2   | Elección de alternativas tecnológicas                           | 51 |
| 3.3   | Determinación del tamaño de la planta                           | 53 |
| 3.4   | Determinación de las áreas de trabajo necesarias                | 54 |
| 3.5   | Descripción de las instalaciones                                | 57 |
| 3.6   | Insumos necesarios para el proceso de producción                | 61 |
| 3.6.1 | Requerimientos de materia prima                                 | 61 |
| 3.6.2 | Equipos necesarios para el funcionamiento de invernaderos       | 62 |
| 3.6.3 | Requerimientos de materiales indirectos y servicios básicos     | 62 |
| 3.6.4 | Cálculo de mano de obra                                         | 63 |
| 3.7   | Localización de la granja                                       | 64 |
| 3.7.1 | Variables determinantes en la localización                      | 64 |
| 3.7.2 | Matriz de localización de la granja                             | 66 |
| 3.7.3 | Localización geográfica de la granja                            | 67 |
| 3.8   | Descripción del proceso de producción                           | 69 |
| 3.8.1 | Primera etapa (crianza)                                         | 69 |
| 3.8.2 | Segunda etapa (acondicionamiento para la venta)                 | 72 |

|       |                                             |    |
|-------|---------------------------------------------|----|
| 3.8.3 | Tercera etapa (comercialización)            | 74 |
| 3.9   | Diagrama de flujo del proceso de producción | 75 |

## **CAPÍTULO IV**

### **LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN**

|       |                               |    |
|-------|-------------------------------|----|
| 4.1   | La Organización de la empresa | 76 |
| 4.1.1 | Nombre y razón social         | 78 |
| 4.1.2 | Visión                        | 80 |
| 4.1.3 | Misión                        | 80 |
| 4.1.4 | Valores                       | 80 |
| 4.1.5 | Objetivos                     | 81 |
| 4.1.6 | Estructura organizacional     | 82 |
| 4.1.7 | Descripción de funciones      | 82 |

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO ECONÓMICO**

|       |                                           |     |
|-------|-------------------------------------------|-----|
| 5.1   | Inversiones                               | 90  |
| 5.1.1 | Activos fijos                             | 92  |
| 5.1.2 | Activos diferidos                         | 92  |
| 5.1.3 | Capital de trabajo                        | 92  |
| 5.1.4 | Cronograma de inversión                   | 95  |
| 5.2   | Presupuesto de ingresos y gastos          | 95  |
| 5.2.1 | Presupuesto de ingresos                   | 95  |
| 5.2.2 | Presupuesto de gastos                     | 96  |
| 5.3   | Estados proyectados                       | 97  |
| 5.3.1 | Estado de origen y aplicación de recursos | 97  |
| 5.3.2 | Estado de resultados                      | 98  |
| 5.3.3 | Flujos netos de fondos                    | 98  |
| 5.4   | Financiamiento                            | 102 |

**CAPÍTULO VI**  
**EVALUACIÓN FINANCIERA**

|     |                                       |     |
|-----|---------------------------------------|-----|
| 6.1 | Valor Actual Neto (VAN)               | 104 |
| 6.2 | Tasa Interna de Retorno (TIR)         | 104 |
| 6.3 | Tasa Mínima de Retorno (TMAR)         | 105 |
| 6.4 | Determinación de la tasa de descuento | 105 |
| 6.5 | Periodo de recuperación o repago      | 108 |
| 6.6 | Relación de beneficio /costo          | 108 |
| 6.7 | Análisis de sensibilidad              | 108 |

**CAPÍTULO VII**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

|     |                     |     |
|-----|---------------------|-----|
| 7.1 | Conclusiones        | 110 |
| 7.2 | Recomendaciones     | 111 |
|     | <b>BIBLIOGRAFÍA</b> | 112 |
|     | <b>ANEXOS</b>       | 114 |



## INDICE DE CUADROS

|             | Pag.                                                            |    |
|-------------|-----------------------------------------------------------------|----|
| Cuadro 2.1  | Importaciones de Caracol Unión Europea (miles TM)               | 9  |
| Cuadro 2.2  | Matriz de Segmentación                                          | 11 |
| Cuadro 2.3  | Datos Demográficos y Económicos Básicos de España               | 13 |
| Cuadro 2.4  | Ubicación de Intermediarios por Autonomías                      | 21 |
| Cuadro 2.5  | Ubicación de Intermediarios por Ciudades (Cataluña)             | 22 |
| Cuadro 2.6  | Elasticidad de la Demanda                                       | 32 |
| Cuadro 2.7  | Demanda Histórica de Caracoles Frescos                          | 33 |
| Cuadro 2.8  | Proyección de la Demanda de Caracoles Frescos                   | 34 |
| Cuadro 2.9  | Oferta Histórica de Caracoles Frescos                           | 36 |
| Cuadro 2.10 | Proyección de la Oferta de Caracoles Frescos                    | 37 |
| Cuadro 2.11 | Oferta y Demanda comparadas                                     | 38 |
| Cuadro 2.12 | Demanda Insatisfecha (Miles de Kg)                              | 39 |
| Cuadro 2.13 | Valor Nutricional del Escargot                                  | 41 |
| Cuadro 2.14 | Importaciones Españolas de caracoles provenientes de Sudamérica | 44 |
| Cuadro 3.1  | Demanda Insatisfecha y porcentaje a captar proyectado           | 54 |
| Cuadro 3.2  | Resumen de las áreas requeridas para instalaciones              | 56 |
| Cuadro 3.3  | Cantidad anual y pronósticos de materia prima                   | 61 |
| Cuadro 3.4  | Equipos necesarios para el cultivo de caracoles                 | 62 |
| Cuadro 3.5  | Materiales necesarios para el cultivo de caracoles              | 62 |
| Cuadro 3.6  | Servicios Básicos                                               | 62 |
| Cuadro 3.7  | Obreros de planta requeridos                                    | 63 |
| Cuadro 3.8  | Mano de Obra Directa Necesaria                                  | 63 |
| Cuadro 3.9  | Mano de Obra Indirecta Necesaria                                | 63 |
| Cuadro 3.10 | Factores y pesos para Localización de la Granja                 | 66 |
| Cuadro 3.11 | Calificación Ponderada para Localización de la Granja           | 66 |
| Cuadro 3.12 | Rendimiento de caracoles por ciclo reproductivo                 | 72 |
| Cuadro 5.1  | Activos Fijos                                                   | 91 |
| Cuadro 5.2  | Porcentajes anuales máximos de depreciación                     | 91 |
| Cuadro 5.3  | Tabla de depreciación de activos fijos                          | 92 |
| Cuadro 5.4  | Activos Diferidos                                               | 92 |
| Cuadro 5.5  | Tabla de Amortización de los Activos Diferidos                  | 92 |
| Cuadro 5.6  | Capital de Trabajo                                              | 93 |
| Cuadro 5.7  | Inversiones correspondientes al año cero                        | 94 |

|             |                                                             |     |
|-------------|-------------------------------------------------------------|-----|
| Cuadro 5.8  | Presupuesto de Ingresos (Ventas en USD)                     | 95  |
| Cuadro 5.9  | Crecimiento Anual Proyectado del Presupuesto de Ingresos    | 96  |
| Cuadro 5.10 | Presupuesto de Egresos                                      | 96  |
| Cuadro 5.11 | Estado de Origen y Aplicación de Fondos                     | 97  |
| Cuadro 5.12 | Estado de Resultados                                        | 98  |
| Cuadro 5.13 | Costo de Ventas                                             | 98  |
| Cuadro 5.14 | Flujo Neto del Proyecto                                     | 100 |
| Cuadro 5.15 | Flujo Neto del Inversionista                                | 101 |
| Cuadro 5.16 | Estructura de Financiamiento                                | 102 |
| Cuadro 5.17 | Tabla de amortización anual del crédito (Cantidades en USD) | 102 |
| Cuadro 5.18 | Tabla de amortización del crédito (Cantidades en USD)       | 103 |
| Cuadro 6.1  | Tasa de Descuento                                           | 105 |
| Cuadro 6.2  | Cálculo de VAN y TIR con financiamiento                     | 106 |
| Cuadro 6.3  | Cálculo del VAN y TIR sin financiamiento                    | 107 |
| Cuadro 6.4  | Análisis de Sensibilidad                                    | 109 |

## INDICE DE GRÁFICOS Y FOTOGRAFÍAS

|                                                                                     | Pág. |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Gráfico 1.1 Morfología del Caracol                                                  | 3    |
| Gráfico 2.1 Autonomías donde se ubican los posibles intermediarios                  | 21   |
| Gráfico 2.2 Ciudades de Cataluña donde se ubican los posibles intermediarios        | 22   |
| Gráfico 2.3 Demanda Histórica de Caracoles Frescos                                  | 34   |
| Gráfico 2.4 Proyección de la Demanda de Caracoles Frescos                           | 35   |
| Gráfico 2.5 Oferta Histórica de Caracoles Frescos                                   | 37   |
| Gráfico 2.6 Proyección de la Oferta de Caracoles Frescos                            | 38   |
| Gráfico 2.7 Oferta y Demandas comparadas                                            | 39   |
| Gráfico 2.8 Demanda Insatisfecha                                                    | 40   |
| Gráfico 2.9 Canal de Distribución Mercado Internacional                             | 46   |
| Gráfico 3.1 Implantación arquitectónica de la Granja                                | 56   |
| Gráfico 3.2 Plano del Invernadero de Reproducción                                   | 57   |
| Gráfico 3.3 Plano del Galpón de Incubación                                          | 58   |
| Gráfico 3.4 Plano del Invernadero de Crecimiento y Engorde                          | 59   |
| Gráfico 3.5 Plano del área administrativa, bodega y sala de preparación de alimento | 60   |
| Gráfico 3.6 Macro localización de la Granja                                         | 67   |
| Gráfico 3.7 Micro localización de la Granja                                         | 68   |
| Gráfico 3.8 Diagrama de Flujo del Proceso de Producción de Caracoles                | 75   |
| Gráfico 4.1 Presentación de los caracoles para exportación.                         | 80   |
| Gráfico 4.2 Estructura Organizacional de Escargots del Ecuador                      | 82   |
|                                                                                     |      |
| Fotografía 3.1 Habitáculo de madera para reproducción                               | 57   |
| Fotografía 3.2 Estanterías con tarrinas en el galpón de incubación                  | 58   |
| Fotografía 3.3 Invernadero con parques de engorde                                   | 59   |

FOLLETO SUPERINTENDENCIA DE BANCOS  
 VIGENCIA A PARTIR DEL 13 DE JUNIO DEL 2007  
 TASAS DE INTERÉS

| TIPO DE CRÉDITO       | TIPO DE SUJETO                                      | COMERCIAL |           |        |          |
|-----------------------|-----------------------------------------------------|-----------|-----------|--------|----------|
|                       |                                                     | CORPORAT. | EMPRESAR. | PE'S   | PERSONAL |
| TASAS DE INTERÉS      | Tasa Máxima                                         | 15.39%    | 15.39%    | 15.39% | 15.39%   |
|                       | Fija                                                |           |           |        |          |
|                       | Crédito Autoseguro 1 (A)                            |           |           |        |          |
|                       | Prestamo Preferencial Dineros PPD (A)               |           |           |        |          |
|                       | Crédito Productivo - (Garantía Quirografaria) 1 (A) |           |           |        |          |
|                       | Plazo hasta 12 meses                                |           |           | 15.25% |          |
|                       | Plazo mas de 12 meses a 18 meses                    |           |           | 15.39% |          |
|                       | Crédito Factoring max 180 días (B)                  | 12.00%    | 15.00%    | 15.39% |          |
|                       | Crédito de Empresas                                 |           | 15.00%    |        |          |
|                       | Crédito Corporativo                                 | 12.00%    |           |        |          |
|                       | Variables                                           |           |           |        |          |
|                       | Crédito Preciso- (Garantía Quirografaria) 1 (A)     |           |           |        |          |
|                       | Plazo hasta 3 meses                                 |           |           |        |          |
|                       | Plazo hasta 6 meses                                 |           |           |        |          |
|                       | Plazo hasta 9 años                                  |           |           |        |          |
|                       | Plazo hasta 1 año                                   |           |           |        |          |
|                       | Plazo más de 1 año hasta 2 años                     |           |           |        |          |
|                       | Plazo más de 2 años hasta 3 años                    |           |           |        |          |
|                       | Crédito Línea Abierta (garantía hipotecaria) (A)    |           |           |        |          |
|                       | Crédito Habitar 10 años (1) (2) (A)                 |           |           |        |          |
|                       | Crédito Habitar 15 años (1) (2) (A)                 |           |           |        |          |
|                       | Crédito Habitar 20 años (1) (2) (A)                 |           |           |        |          |
|                       | Crédito para adquisición de terrenos(hasta 5 años)  |           |           |        |          |
|                       | Crédito Multihipoteca (1) (A)                       |           |           |        | 15.39%   |
|                       | Crédito Productivo (garantía hipotecaria) 1 (A)     |           |           |        |          |
|                       | Plazo hasta 1 año                                   |           |           | 15.25% |          |
|                       | Plazo mas de 1 año hasta 2 años                     |           |           | 15.25% |          |
|                       | Plazo mas de 2 años hasta 3 años                    |           |           | 15.39% |          |
|                       | Plazo mas de 3 años hasta 4 años                    |           |           | 15.39% |          |
|                       | Plazo mas de 4 años hasta 5 años                    |           |           | 15.39% |          |
|                       | Crédito Leasing (B)                                 | 12.00%    | 13.50%    | 13.50% |          |
|                       | Crédifé en base a monto por rangos (A)              |           |           |        |          |
| De \$300 a \$1.000    |                                                     |           |           |        |          |
| De \$1.001 a \$2.500  |                                                     |           |           |        |          |
| De \$2.501 a \$3.500  |                                                     |           |           |        |          |
| De \$3.501 a \$5.000  |                                                     |           |           |        |          |
| De \$5.001 a \$10.000 |                                                     |           |           |        |          |
| Crédito Construir (A) |                                                     | 15.00%    |           |        |          |

|                                        |                                                           |     |        |         |   |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----|--------|---------|---|
| CARGOS<br>ASOCIADOS<br>AL CRÉDITO      | COMISIONES POR ASESORAMIENTO                              | -   | -      | -       | - |
|                                        | COMISIONES DE CRÉDITO                                     |     |        |         |   |
|                                        | Crédito Preciso- (Garantía Quirografaria) (1)             |     |        |         |   |
|                                        | Plazo hasta 3 meses                                       |     |        |         |   |
|                                        | Plazo hasta 6 meses                                       |     |        |         |   |
|                                        | Plazo hasta 9 meses                                       |     |        |         |   |
|                                        | Plazo hasta 1 años                                        |     |        |         |   |
|                                        | Plazo mas de 1 año hasta 2 años                           |     |        |         |   |
|                                        | Plazo mas de 2 años hasta 3 años                          |     |        |         |   |
|                                        | Crédito Autoseguro                                        |     |        |         |   |
|                                        | Prestamo Preferencia Dineros PPD                          |     |        |         |   |
|                                        | Crédito Productivo - (Garantía Quirografario) (1)         |     |        |         |   |
|                                        | Plazo hasta 12 meses                                      |     |        | 3.37%** |   |
|                                        | Plazo desde 12 meses a 18 meses                           |     |        | 2.9%**  |   |
|                                        | Crédito Factoring PES max 180 días (1)                    | N/A | N/A    | 4.58%** |   |
|                                        | Crédito de Empresas                                       |     | 1.24%  |         |   |
|                                        | Crédito Corporativo                                       | N/A |        |         |   |
|                                        | Crédito Línea Abierta (garantía hipotecaria)              |     |        |         |   |
|                                        | Crédito Habitar 10, 15 y 20 años (1)                      |     |        |         |   |
|                                        | Crédito para adquisición de terrenos                      |     |        |         |   |
|                                        | Crédito Multihipoteca (1)                                 |     |        |         |   |
|                                        | Crédito Productivo (garantía hipotecaria hasta 1 año) (1) |     |        |         |   |
|                                        | Plazo hasta 1 años                                        |     |        | 3.37%** |   |
|                                        | Plazo mas de 1 año hasta 2 años                           |     |        | 2.87%*  |   |
|                                        | Plazo mas de 2 años hasta 3 años                          |     |        | 2.21%*  |   |
|                                        | Plazo mas de 3 años hasta 4 años                          |     |        | 1.39%*  |   |
| Plazo mas de 4 años hasta 5 años       |                                                           |     | 0.6%** |         |   |
| Crédito Leasing PES                    | N/A                                                       | N/A | 0.36%* |         |   |
| Credifé en base a monto por rangos (4) |                                                           |     |        |         |   |
| De \$300 a \$1.000                     |                                                           |     |        |         |   |
| De \$1.001 a \$2.500                   |                                                           |     |        |         |   |
| De \$2.501 a \$3.500                   |                                                           |     |        |         |   |
| De \$3.501 a \$5.000                   |                                                           |     |        |         |   |
| De \$5.001 a \$10.000                  |                                                           |     |        |         |   |
| IMPUESTO ÚNICO SOLCA 1%                | 1%                                                        | 1%  | 1%     | 1%      |   |

# CAPITULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 Generalidades

#### HELICICULTURA

Es una palabra compuesta formada por “HELICI” que deriva de “*helix*”, nombre dado a un género de caracoles por tener su caparazón forma helicoidal y, “CULTURA”, que a su vez deriva del latín “*cultivare*” (cultivar). En conceptos modernos, “HELICICULTURA” significa: “Cría a Ciclo Biológico Completo de Caracoles Comestibles Terrestres”, en criaderos abiertos naturales o cercados.

## EL CARACOL

Es un molusco que se puede encontrar en estado silvestre en jardines, campos con vegetación, debajo de las piedras, plantas y también en paredes medianeras de las casas.

Con respecto a su reproducción, debemos saber que el caracol es “*hermafrodita insuficiente*”, es decir que, aunque posee ambos sexos, dos adultos se deben aparear y de cada pareja fecundada se obtiene un doble desove. El acoplamiento y el desove, ocurre generalmente dos y cuatro veces por año. La cantidad de huevos y sus tamaños dependen del género, la especie y las condiciones ambientales.

Los del género “*Helix*”, ponen de 80 a 150 huevos por postura y su diámetro es de aproximadamente 3 mm.

El caracol terrestre se desarrolla bien dentro de temperaturas que van, desde los 18°C a 20°C, y con una humedad ambiental del 70 al 80 por ciento, es por esta razón que el caracol en la naturaleza, generalmente sale después de la lluvia. Básicamente en condiciones ambientales normales, puede calcularse que cada caracol de la especie “*Helix aspersa*” genera aproximadamente 1 kg de caracoles (100 caracoles) por año, el peso promedio de un caracol adulto “*Helix aspersa*”, llega hasta los 15 gramos y el tamaño del caparazón, varían desde 1,5 mm. hasta los 50 mm. de diámetro.

La demanda de caracoles en el ámbito mundial está en crecimiento y el Ecuador posee las condiciones climáticas y geográficas necesarias para la crianza de este molusco.

En la actualidad la crianza de caracoles en el Ecuador no es muy conocida, por lo que existe un número reducido de microempresarios que se dedican a su cultivo, razón por la cual se ha comprobado que existe una demanda insatisfecha en el mercado local e internacional. La especie *Helix Aspersa* es la de mayor demanda mundial y despierta singular interés en segmentos de mercado de elevado poder adquisitivo para la alta cocina. Además es importante mencionar que la especie *Helix Aspersa* es apetecida en los mercados de la Unión Europea en general y en Francia y España en particular.

En la búsqueda de alternativas alimenticias, es importante considerar recursos naturales hasta ahora poco utilizados por la mayoría de la población, en consecuencia el caracol constituye un recurso de importancia ya que actualmente el

problema de la producción de proteína animal a bajo costo se constituye en un tema importante.

Existen dos tipos de caracoles grises, estos son el Müller y el Máxima, comercialmente el primero se lo identifica como Petit-Gris y el segundo como Gross-Gris, siendo los dos muy parecidos y apenas se diferencian por el tamaño. La especie comercializada de preferencia por los microempresarios ecuatorianos es la Gross-Gris, por su mayor tamaño.

El Ecuador cuenta con ventajas ecológicas para la crianza y producción de caracoles, producto que se ha adaptado bien a la geografía y clima ecuatoriano. La crianza y comercialización de caracoles es un negocio de gran expectativa, por consiguiente constituye una oportunidad para realizar exportaciones a mercados internacionales; pues es de consumo muy aceptado por la gastronomía europea, de manera principal en Francia, España e Italia, y últimamente en Austria, Estados Unidos y Japón.

Por las investigaciones realizadas de los posibles mercados a los que se podría exportar la carne de caracol vivo y en conserva, se ha identificado a los mercados europeos por ser los principales consumidores de la carne de caracol.

En la actualidad se han iniciado las exportaciones ecuatorianas a mercados europeos y se han enviado muestras a Venezuela, Chile, Estados Unidos y Corea; sin embargo los niveles de producción no permiten mantener un comercio internacional considerable por consiguiente es necesario realizar alianzas estratégicas con productores para crear la capacidad de producción, acopio, procesamiento y comercialización de acuerdo a las exigencias de los mercados internacionales.

En los últimos años la producción de caracoles comestibles ha crecido de forma interesante, se han introducido las especies de caracol que provienen de Europa, como la *Helix Aspersa máxima* (Gross Gris) y *Helix Aspersa mínima* (Petit Gris).

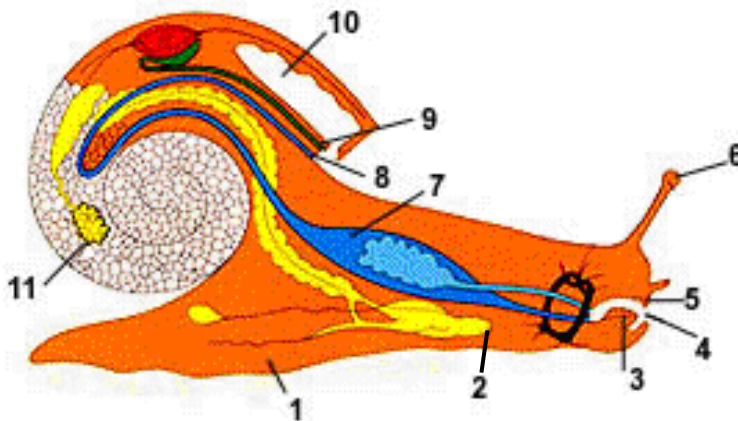
La mayoría de los productores ecuatorianos emplean la técnica de producción mixta, es decir, utilizando ambientes cerrados e invernaderos ya que el país cuenta con el entorno adecuado para la crianza de éste molusco, con temperaturas de 15 a 25 grados y una humedad que oscila

entre 75 y 90%, un clima que le permite tener una producción consecutiva durante los 365 días del año, los caracoles generalmente son criados en un sistema 100% natural, en un ambiente ecológico y controlado, su alimentación se la realiza con hierbas, verduras y balanceado.

El caracol posee un esqueleto externo que es su concha., su cuerpo se divide en tres partes: cabeza, pie y masa visceral. En la cabeza hay una boca, cuatro tentáculos (cuernos o antenas) y un orificio genital. En los tentáculos más grandes están los ojos; los dos tentáculos pequeños tienen función táctil. El orificio genital queda atrás de la cabeza, del lado derecho del animal.

**Gráfico 1.1**  
**Morfología del Caracol**

- |                     |                         |
|---------------------|-------------------------|
| 1. Pie              | 7. Estomago             |
| 2. Orificio Genital | 8. Ano                  |
| 3. Rádula           | 9. Canal Excretor       |
| 4. Boca             | 10. Pulmón              |
| 5. Mandíbula        | 11. Gónada Hermafrodita |
| 6. Tentáculos       |                         |



Fuente: Cuellar, R. (2.002).- Helicicultura, cría moderna de caracoles.  
Elaboración: Carlos Vivas

Como el caracol es un animal hermafrodita (posee aparato reproductor de los dos sexos), tiene una vagina, un pene y un dardo calcáreo en el interior del orificio. El pie es la masa muscular que se extiende alrededor de la concha. La masa visceral queda en el interior de la concha y es aquí donde se ubican el hígado, riñón, corazón y parte del intestino. La concha es el esqueleto externo del escarगत, su forma y colorido es distinta conforme la especie, también se constituye en una protección natural contra depredadores, luz, frío y calor. La concha es compuesta de carbonato de calcio, por eso el calcio es tan importante en la alimentación del animal.



### *Anatomía Interna*

**Aparato digestivo.-** Está compuesto por la boca o bulbo bucal, la cual contiene la mandíbula y la lengua denominada rádula, además contiene la faringe, esófago, estómago e intestinos y ciertas glándulas necesarias para el proceso de digestión. El caracol se alimenta básicamente de vegetales que son cortados y triturados con la mandíbula y la rádula.

**Aparato Circulatorio.-** Conformado por vasos sanguíneos y el corazón. El corazón a su vez tiene una aurícula y un ventrículo, del ventrículo nacen dos aortas y las ramificaciones de la misma dan lugar a las arterias. Tiene un ritmo cardíaco que oscila entre 20 y 35 contracciones por minuto a 30°C y entre 8 y 1 en épocas de letargo invernal. Los vasos sanguíneos conducen la hemolinfa (sangre del caracol) desde los pulmones a la aurícula y ventrículos para proporcionar oxígeno a los tejidos.

**Aparato Respiratorio.-** Cuenta con un órgano muy importante denominado cavidad paleal, saco pulmonar o pseudo pulmón, que se comunica con el exterior por el orificio respiratorio o pneumosoma y produce de 3 a 4 movimientos tanto inspiratorios como expiratorios por minuto, para distribuir el aire oxigenado en la sangre, también dispone de un mecanismo de respiración cutáneo muy importante.

**Aparato Excretor.-** Es de tipo nefridiano, constituido por un riñón de Bojanus de color amarillento y diferenciándose en dos partes: una excretora que es la funcional formada por el riñón y otra de acumulación formada por la vejiga y un canal excretor.

**Órganos de los Sentidos.-** Entre lo órganos táctiles se encuentran los tentáculos, labios y borde del pie. Este es el sentido más desarrollado siendo su parte más sensible los tentáculos inferiores. Los ojos, ubicados en los extremos de los tentáculos superiores, constituyen los órganos oculares. Tienen muy poco poder visual, solo pueden diferenciar la luz y la oscuridad, además de objetos situados de 2 a 6 mm de distancia.

**Órgano del equilibrio.-** La parte auditiva del caracol es muy escasa y ligada al equilibrio del mismo. Se estimulan mucho con el sentido del olfato (ubicado en los tentáculos), siendo capaces de diferenciar olores hasta a 50 cm de distancia.

Órgano reproductor.- Es el órgano más complicado de los helícidos, con una función reproductora descrita como Hermafroditismo insuficiente de fecundación cruzada. Esto quiere decir que poseen los dos sexos, pero la fecundación requiere de una cópula recíproca, es decir de dos caracoles que funcionen uno como masculino y otro haciendo la función femenina, la madurez sexual es alcanzada a los seis meses de edad.

Locomoción.- El caracol se mueve solamente para alimentarse, buscar refugio, acoplarse, poner huevos o evitar a un enemigo. Se desplaza de un lugar a otro deslizándose, dejando en su camino un rastro brillante e impermeable proveniente de las secreciones glandulares del pie. Además, puede atravesar obstáculos sin tocarlos cuando al pasarlos levanta la parte anterior del pie formando una especie de puente para atravesarlos.

Ritmos Biológicos.- A lo largo de la vida del caracol se puede observar las siguientes tres fases fisiológicas:

*Vida activa:* El caracol por ser originario de Europa y Asia soporta una vida con las cuatro estaciones; donde la mayor parte del año pasa en descanso ya que debe hibernar obligatoriamente en las estaciones frías y de igual forma cuando el calor es intenso en la llamada estivación, por lo tanto su vida activa es muy corta durante el año. Sin embargo, en nuestro medio, el caracol se ha visto forzado a un régimen de vida contrario; la hibernación y estivación son mínimas y en ciertos casos hasta nula, mientras que su vida activa la realiza casi todo el año, por lo tanto su vida reproductiva es más corta. Consecuentemente a estas consideraciones el sistema de explotación reproductiva es diferente en nuestro país por lo que debe pasar por diversas fases como: la fase de reproducción, la fase de incubación y eclosión, la fase de cría, la fase de engorde, la selección y el descarte.

*Estivación:* Se desarrolla en las épocas de máximo calor y menor humedad, es decir, a temperaturas que bordean los 30°C, se produce ya que si el calor es mayor, puede acelerar el ritmo cardíaco del caracol y causar la muerte del mismo.

*Hibernación:* Es un estado que se presenta cuando hay temperaturas bajas o no existe alimento suficiente. En esta etapa el caracol vive de sus reservas y sus funciones -como por ejemplo el aparato digestivo se paralizan totalmente.

La presencia de estas fases en el desarrollo fisiológico del helícido depende mucho de las condiciones climáticas. Cuando el gasterópodo está en hibernación o

estivación se introduce en el interior de la concha y permanece ahí el tiempo que sea necesario.

## **1.2 Justificación del proyecto**

En la actualidad la comida de caracol es apetecida en gran medida por la población de la Unión Europea, estimándose un consumo superior a 300.000 toneladas anuales en este mercado. La gran demanda y volúmenes requeridos no son suficientemente abastecidos, razón por la cual existe una demanda insatisfecha cada vez más creciente, siendo necesario fomentar el cultivo de caracol en lugares cerrados o abiertos, aprovechando las potencialidades climáticas de que dispone el país para su crianza y explotación, a diferencia de los países de 4 estaciones, en donde la producción se realiza con un ciclo de cosecha al año, en el Ecuador es posible producir durante todo el año.

Existen algunos criaderos pequeños distribuidos principalmente en Pichincha, Imbabura, Chimborazo, Azuay y Manabí; actualmente en el Ecuador ésta explotación, se encuentra en la etapa de desarrollo tecnológico para definir los parámetros productivos y reproductivos de la cría en cautiverio de este molusco y en la etapa de difusión de su cultivo y consumo.

Las instalaciones no son complicadas y utilizando materiales de la zona se pueden reducir los costos. El sistema de cría determina la densidad de cultivo, así un sistema intensivo puede aceptar hasta 200 juveniles por metro cuadrado, de donde se espera una producción de hasta 900 a 1.000 gramos de carne.

La tasa de conversión del alimento es de alrededor de 1 Kg de balanceado por cada kilogramo de carne de caracol cosechada.

La carne de caracol tiene bondades nutritivas con un alto contenido de proteínas, vitaminas y minerales, principalmente calcio, hierro y sobre todo un bajísimo contenido de grasa, que hacen de la carne de este animal una alternativa viable para los consumidores de productos cárnicos.

Es necesario recalcar que el Ecuador está calificado como productor y exportador de caracoles por parte de la Comunidad Europea, condición que se debe aprovechar en conjunto con otras condiciones como la existencia de un mercado insatisfecho,

para desarrollar la tecnología y fomentar el cultivo en proyectos piloto, como el que se presenta, e iniciar criaderos comerciales para exportación.

La alta demanda internacional y la falta de un mercado interno regional, crea perspectivas inmejorables para su desarrollo. La ventaja ecuatoriana que supone producir durante todo el año, al aire libre y en cautiverio es invaluable; y si se ofrece productos de calidad en volúmenes acordes a las exigencias del mercado, la posibilidad de la helicicultura como actividad rentable de desarrollo sostenido en nuestro país puede convertirse en un hecho; la cotización del caracol se incrementa de año en año, señal clara de un constante y creciente mercado.

Por las razones expuestas es procedente crear una empresa helicícola para la producción y comercialización de caracol.

# CAPITULO II

## ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1 Estructura del Mercado

El Ecuador, puede exportar sin problemas a la Unión Europea, continente donde se ha producido una relativa carencia de caracol debido a los usos cada vez más abusivos de herbicidas, pesticidas y productos fitosanitarios, que están esquilmando Europa.

En España, todos los caracoles son objeto de comercio y producción helicícola, excepto el caracol de Borgoña, originario de países y climas alpinos y cuya reproducción es problemática. En zonas como Cataluña se comercializan y producen otras especies de caracol, cuyo tamaño es mayor y que se comercializan sin dificultades.

El caracol común es el que atrae la atención del consumidor, y por consiguiente, el que tiene más producción. Su comercialización en España se presenta en diversas formas y lo habitual es la venta en vivo o en congelado.

Debido al consumo cada vez mayor de caracoles en España, el estudio de mercado se orienta específicamente al caracol vivo, tomando en consideración las maneras de prepararlo y consumirlo que tiene cada región, es por eso que en diferentes ciudades de España requieren de caracol vivo para elaborar diversos platos de acuerdo a las costumbres, tradiciones y gustos de sus habitantes.

España consume entre 15 mil y 17 mil toneladas de caracoles al año en sus distintas presentaciones, lo cual representa un aproximadamente 300 gramos anuales por persona.

La producción española de caracoles no es suficiente, por lo que se ve en la necesidad de importarlos para satisfacer la demanda interna que es muy amplia, situación que ha generado en los últimos años un incremento por el interés en la helicicultura en los países latinoamericanos.

La preferencia española está en el caracol de la especie *Helix Aspersa Media* (gross gris), cuyo peso promedio se encuentra entre los 12 y 15 gramos y dentro del país

también existen diferencias destacando por ejemplo que en Andalucía y la zona Mediterránea, en general se prefiere un caracol de tamaño pequeño, destinado principalmente a formar parte del diverso contenido de la paella.

### 2.1.1 Mercado Disponible

En el ámbito mundial se comercializan cada año aproximadamente 300,000 toneladas de caracoles de tierra. España, Grecia e Italia representan más del 60% de las importaciones.

Se define como mercado disponible a los países de Italia, Francia, España y Grecia, donde el flujo de importaciones de caracoles (frescos y congelados) es la variable primordial para definirlos como mercado disponible. El siguiente cuadro muestra las importaciones realizadas por estos países en el periodo 1.990 – 2.004.

**Cuadro 2.1**  
**Importaciones de Caracol Unión Europea (miles TM)**

| Año  | Francia | Italia | Grecia | España |
|------|---------|--------|--------|--------|
| 1990 | 5.501   | 1.663  | 4.420  | 4.502  |
| 1991 | 4.829   | 1.745  | 8.391  | 4.848  |
| 1992 | 5.078   | 1.337  | 3.565  | 4.817  |
| 1993 | 3.623   | 1.296  | 3.815  | 3.393  |
| 1994 | 5.126   | 766    | 5.323  | 4.878  |
| 1995 | 5.143   | 862    | 2.957  | 3.201  |
| 1996 | 3.488   | 1.337  | 4.056  | 6.830  |
| 1997 | 3.312   | 1.047  | 4.743  | 6.870  |
| 1998 | 6.473   | 1.676  | 4.132  | 8.749  |
| 1999 | 3.599   | 1.465  | 3.455  | 3.264  |
| 2000 | 3.678   | 1.516  | 3.683  | 7.426  |
| 2001 | 2.892   | 1.282  | 2.349  | 9.381  |
| 2002 | 2.954   | 1.304  | 2.512  | 8.612  |
| 2003 | 3.048   | 1.236  | 2.287  | 13.665 |
| 2004 | 2.712   | 1.354  | 2.187  | 11.461 |

Fuente: Cámara de Comercio de España  
Elaboración: Carlos Vivas

### 2.1.2 Mercado Potencial

En el mundo existe una variedad de mercados atractivos para la exportación de caracoles. Se tiene a los países de la Unión Europea y Asia para ser considerados como posibles clientes debido a las crecientes tendencias que están surgiendo. Es así que el consumo de caracol se está incrementando cada vez más por su exquisito sabor y calidad.

Pero se tiene que restringir el proyecto a un lugar específico y en este caso se ha elegido a España, como mercado potencial para el proyecto. Esta decisión se debe principalmente a que:

- Las importaciones de caracoles (frescos y congelados) provenientes de terceros países ingresan libre de impuestos.
- Las especificaciones sanitarias que este país requiere para la realización del comercio pueden ser cumplidas por los productores ecuatorianos con costos relativamente bajos.
- Los flujos de importación de caracoles que este país ha venido efectuando son muy considerables para cualquier productor.
- El Ecuador es uno de los países autorizados por la comunidad Europea para exportar caracoles de tierra.

### **2.1.3 Criterios y Variables de Segmentación del Mercado**

Un mercado no es un todo homogéneo, está compuesto por cientos, miles e incluso millones de individuos, empresas u organizaciones que son diferentes los unos de los otros en función de su ubicación, nivel socioeconómico, cultura, preferencias de compra, estilo, personalidad, capacidad de compra, etc. Todo esta "diversidad", hace casi imposible la implementación de un esfuerzo de mercadotecnia hacia todo el mercado, por dos razones fundamentales: Primero, el elevado costo que esto implicaría y segundo, porque no lograría obtener el resultado deseado como para que sea rentable. Por esos motivos, surge la imperiosa necesidad de dividir el mercado en grupos cuyos integrantes tengan ciertas características que los asemejen y permitan a la empresa diseñar e implementar una mezcla de mercadotecnia para todo el grupo, pero a un costo mucho menor y con resultados más satisfactorios que si lo hicieran para todo el mercado.

En síntesis, la segmentación del mercado se puede definir como, "el proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que le son de utilidad. El propósito de la segmentación del mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva".

Existen básicamente 2 tipos de mercado que se pueden segmentar:

El mercado de consumo final.- Consiste en la segmentación de consumidores finales.

El mercado de consumo corporativo.- Segmentación de empresas y organizaciones.

La segmentación de mercado para el proyecto se ha realizado de acuerdo a la capacidad y el producto, para lo cual se utiliza una tabla de segmentación para compradores corporativos, fundamentada en las necesidades de mercado y la logística para el desarrollo, adicionalmente se ha considerado el criterio geográfico como una base primaria de segmentación.

**Cuadro 2.2**  
**Matriz de Segmentación**

| BASE DE SEGMENTACIÓN         | CATEGORÍA                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Geográfica                   | <p><i>Continente : <b>Europa</b></i><br/> <i>País : <b>España</b></i><br/> <i>Número de empresas importadoras: <b>8.557</b></i><br/> <i>Número de empresas importadoras de animales vivos y productos del reino animal: <b>429</b></i></p> |
| Categoría de Industria       | Alimentaria                                                                                                                                                                                                                                |
| Tipo de empresa              | Importador mayorista                                                                                                                                                                                                                       |
| Tipo de alimentos importados | Productos del mar y moluscos                                                                                                                                                                                                               |
| Objeto social                | Entidad con ánimo de lucro                                                                                                                                                                                                                 |
| Valor importaciones en euros | Entre 100.000 y 1.000.000                                                                                                                                                                                                                  |
| Aplicación del producto      | Distribución y procesamiento                                                                                                                                                                                                               |

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior  
Elaboración: Carlos Vivas

Mediante la base geográfica de segmentación se obtiene a España como mercado objetivo para la exportación de caracoles, donde se ubica un considerable número de empresas importadoras y comercializadoras de



caracoles terrestres, en sus diferentes presentaciones, y tomando en consideración que los principales clientes serán las empresas de este país que importan y transforman este producto para su distribución al consumidor final.

Una vez aplicada la matriz de segmentación y con la información obtenida del Directorio de Cámaras de España, se obtiene un universo de 121 empresas que se enmarcan dentro de las bases de segmentación seleccionadas y que se detallan en el Anexo “A”.

#### **2.1.4 Características del mercado español**

Esta parte es esencial ya que en ella se tocará aspectos sociales y culturales del mercado español que es hacia donde las exportaciones de “Escargots del Ecuador” estarán dirigidas.

El mercado objetivo fue seleccionado a base de la gran demanda por caracoles de tierra existente en España y a la preferencia del mercado español por caracoles de talla mediana (10 a 15 gramos) que son los que se logran con mayor facilidad en nuestro medio. Cabe recordar que la producción nacional de España no cubre su demanda, debiendo este país recurrir a la importación, tal como se verá en el desarrollo de este capítulo.

##### **a. Arancel**

Los caracoles de tierra (*Helix aspersa*) provenientes de Ecuador entran a España con arancel cero.

##### **b. Datos básicos del país**



Bandera



Escudo



Ubicación Geográfica

**Cuadro 2.3**  
**Datos Demográficos y Económicos Básicos de España**

|                                                                                                     |                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Nombre oficial                                                                                      | Reino de España                                                 |
| Capital<br>– Población                                                                              | Madrid<br>3.229.600 (2006)                                      |
| Superficie                                                                                          | 505.782 Km <sup>2</sup>                                         |
| Capital                                                                                             | Madrid                                                          |
| Ubicación Geográfica                                                                                | Continente Europeo                                              |
| Divisiones Administrativas                                                                          | 17 Comunidades Autónomas                                        |
| Gobierno                                                                                            | Monarquía Parlamentaria                                         |
| Población<br>– Densidad                                                                             | 44.708.964 ( 2006)<br>88,59 hab/km <sup>2</sup>                 |
| Idiomas                                                                                             | Castellano 74%, Catalán 17%, Gallego 7%, Vasco 2%               |
| PIB (nominal)<br>• Total ( <a href="#">2005</a> )<br>• <a href="#">PIB per cápita</a>               | US\$ 1.123.691 mill.<br>US\$ 27.767 (2006)                      |
| PIB ( <a href="#">PPA</a> )<br>• Total ( <a href="#">2005</a> )<br>• <a href="#">PIB per cápita</a> | US\$ 1.133.539 mill.<br>US\$ 27.522 (2006)                      |
| Moneda                                                                                              | Euro (€, EUR)                                                   |
| Gentilicio                                                                                          | Español, -a                                                     |
| Huso horario<br>• En verano                                                                         | CET ( <a href="#">UTC+1</a> )<br>CEST ( <a href="#">UTC+2</a> ) |
| Dominio Internet                                                                                    | .es                                                             |
| Prefijo telefónico                                                                                  | +34                                                             |
| Código ISO                                                                                          | 724 / ESP / ES                                                  |
| Miembro de:                                                                                         | UE, OTAN, ONU, OCDE, OSCE, UL                                   |

Fuente: Wikipedia, enciclopedia de consulta electrónica 2007  
Elaboración: Carlos Vivas

### c. El sector helicícola en España

Hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX, la actividad helicícola en España se restringía casi exclusivamente a la captura desordenada e

incontrolada de caracoles terrestres para el autoconsumo o la comercialización en pequeños núcleos de población. Entre otras consideraciones, la alta capacidad reproductora de estos animales, la posibilidad de obtener grandes ingresos y el acceso a información procedente de países con larga tradición helicícola, como Francia e Italia, hicieron aparecer los primeros ensayos de cría a pequeña escala.

Las experiencias iniciales se realizaron por impulsos individuales, sin la capacitación ni la preparación necesaria y en un ámbito de desconocimiento. Los intentos, en general bastante rudimentarios, se limitaron entonces a las últimas fases del ciclo biológico de ciertas especies, es decir, al engorde de los animales en condiciones seminaturales (terrenos acotados) y con amplia dependencia de los parámetros ambientales.

Hoy en día, gracias a métodos coherentes de gestión, objetivos económicos claros, cohesión entre los involucrados y la divulgación de los avances conseguidos, las iniciativas empresariales van poco a poco cosechando éxitos.

#### **d. Marco jurídico**

En el actual marco jurídico español, la gestión de los recursos naturales debe combinar satisfactoriamente la protección y la explotación sostenible de la biodiversidad. La Constitución Española (Artículo 45.2) establece que los poderes públicos velarán por la utilización racional de todos los recursos naturales. A tal efecto se aprobó la Ley 4/1989 de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres, norma básica que ha sido objeto de diversas modificaciones legales y sentencias, desarrollada por la Administración del Estado mediante reglamentos y por las Comunidades Autónomas con normas propias asumiendo las competencias de gestión en la materia.

Sin embargo, la explotación de los caracoles terrestres escapa actualmente al control ambiental de las administraciones públicas. Como el resto de los animales silvestres, los caracoles terrestres están protegidos según lo dispuesto en el artículo 26.4 de la Ley 4/1989 y su explotación con fines de alimentación humana no está expresamente regulada en las

Comunidades Autónomas con normas de montes o caza, ni mediante otras normas específicas. Por tanto, existe un vacío legal en cuanto a su aprovechamiento como recurso natural, pero no así en cuanto a su protección como fauna silvestre. A su vez, la cría en cautividad de animales silvestres debe estar autorizada por la Administración competente; pero la helicultura también carece en España de un control ambiental y constituye un sector empresarial subdesarrollado. No obstante, sí es legal la cría de caracoles terrestres empleando reproductores no obtenidos en el medio natural del territorio español.

La entrada de España en la Unión Europea ha propiciado la ampliación del ordenamiento jurídico español en materia ambiental e higiénico-sanitaria, afectando a la totalidad de los sectores productivos, pero no se ha regulado el sector helícola en su conjunto. En este sentido, la única norma higiénico-sanitaria sobre caracoles terrestres en el ordenamiento jurídico español proviene de la normativa comunitaria, en concreto el Capítulo III de Real Decreto 74/1998, que se refiere a las «Condiciones sanitarias específicas aplicables al comercio y a las importaciones de caracoles destinados al consumo humano», de las especies *Helix pomatia*, *Cantareus aspersus* (*Helix aspersa*), *Helix lucorum* y los acatínidos (sin perjuicio de la normativa comunitaria, nacional e internacional de protección de fauna salvaje). Conviene tener en cuenta que esta disposición se limita a regular las condiciones sanitarias de los intercambios comerciales de caracoles sin concha (cocinados o en conserva), es decir, un tipo de producto del que, a diferencia del resto de Europa, todavía no existe gran demanda en España frente al consumo generalizado de caracoles con concha (comercializados en vivo, precocidos o en conserva). No obstante, los caracoles terrestres comercializados en vivo, ya sean producidos mediante helicultura o capturados en el medio natural, tampoco pasan controles higiénico-sanitarios exhaustivos al no existir una normativa específica para este tipo de producto.

#### **e. Expectativas del sector helícola español**

La tendencia actual del sector helicícola español es una creciente expansión de la helicultura y un mantenimiento de la helici-colecta comercial y de autoconsumo. No obstante, todavía no existe un apoyo institucional a este sector en forma de ayudas agroalimentarias específicas, como existen para otros sectores. Y, por otro lado, la gestión ambiental de los caracoles terrestres avanza más en el camino de la protección de las especies amenazadas que en la regulación de la captura comercial de las especies de interés gastronómico.

Son varias las empresas de helicultura repartidas por el territorio español, aunque sólo algunas de ellas parecen asentadas en la actividad gracias a enfoques empresariales coherentes y la aplicación de métodos de cría técnicamente más solventes que antaño.

A grandes rasgos, se pueden distinguir dos grupos en función de los objetivos de producción, muy relacionados, a su vez, con las técnicas de cría aplicadas. Uno de estos grupos, constituido fundamentalmente por cooperativas o pequeños empresarios, mantienen técnicas y métodos de cría esencialmente extensivos con la especie *Cantareus aspersus*, semejantes a los preconizados por los criadores italianos. Relacionado con este grupo, resulta novedosa la aparición de empresas que estructuran el negocio en torno a la divulgación del sistema de cría por medio de cursos de formación destinados a futuros criadores, que opcionalmente se adscriben luego a una red de helicultores. Se trata, por lo tanto, de una ambiciosa iniciativa tendente a la gran producción extensiva o semiextensiva de caracoles, caracterizada por la fuerte dependencia técnica y tecnológica de los pequeños «nuevos» helicultores que se incorporan. En cierto modo, éstos quedan supeditados a los promotores, por ejemplo, a la hora de realizar el proyecto técnico de la explotación, solventar cualquier tipo de problemática que surja e incluso para la venta de la producción. El otro grupo de empresas emplea esquemas y técnicas más próximas a las desarrolladas en Francia (sistema mixto): disponen tanto de instalaciones en interior (naves), donde discurren las fases más sensibles de la vida del molusco (reproducción y primeros meses de cría) como de criaderos en exterior, donde tiene lugar el engorde hasta tamaño comercial. Estas iniciativas se caracterizan por ser menos numerosas que

las anteriores, casi puntuales, requerir una mayor inversión y por trabajar en condiciones intensivas o semi-intensivas.

**f. Situación española dentro de la Unión Europea**

España ocupa el tercer puesto en volumen de producción en la Unión Europea, varias especies de caracoles son objeto de comercio y producción helicícola, excepto el caracol de Borgoña, originario de países y climas alpinos y cuya reproducción es problemática. El caracol *Helix Aspersa Máxima* es el que atrae principalmente la atención del consumidor, su comercialización se presenta en diversas formas y lo habitual es la venta en vivo o en congelado. Existen algunas fábricas que han comenzado a crear plantas de congelación, glaseado y precocido de caracol con el fin de mejorar su explotación.

**g. Mercado español actual**

Lo que el mercado español demanda actualmente es un abastecimiento de caracoles continuo si bien la producción internacional se incrementa en los meses de julio a septiembre, por las cosechas silvestres que se realizan en los países europeos antes de que comience el invierno en el mes de octubre, obteniéndose el 60% de la producción mundial, el 80% de este producto se consume en las festividades de fin de año.

Aunque en algunas regiones se prefiere caracoles grandes, en general los caracoles más buscados se caracterizan por tener un tamaño mediano.

Existe demanda tanto para el consumo directo así como para la industria conservera.

De un sondeo realizado por la Asociación Española de Helicicultura en establecimientos hosteleros, se recogió la siguiente información: 54% consumen caracoles, de éstos el 12.5% consume caracoles congelados, mientras que el 42% lo prefiere vivo.

**h. Consumo per capita**

Se estima que los españoles consumen en promedio de 250 a 300 gramos de caracoles por persona anualmente.

**i. Crecimiento del mercado**

Se espera que en los próximos 20 años el consumo mundial anual de caracoles de tierra se multiplicará por cinco, es decir, alcanzaría una cifra del 500,000 toneladas<sup>1</sup>. El consumo de caracol está aumentando rápidamente en la mayoría de los países de Europa Occidental y España no es la excepción, América del Norte, China y Australia, así como en varios países en desarrollo. El hecho de que la oferta correspondiente a este producto sigue siendo pequeña en todos los mercados, indica posibilidades considerables a corto plazo a quienes decidan incursionar en este negocio.

La venta de la producción del caracol está asegurada, debido a que no hay producción suficiente para atender la demanda existente en los diferentes mercados de Europa, considerándose que faltan todavía años para llegar a un equilibrio, ya que el consumo también está aumentando en los hogares, restaurantes, comercios, etc.

El consumo actual de caracoles de tierra en España, se calcula en un total de 10.500 toneladas anuales con tendencia al alza desde hace varios años. Las proyecciones señalan que el mercado alcanzará cifras superiores a las 14.000 toneladas para el 2010.

#### **j. Patrimonio gastronómico**

Existen numerosas recetas culinarias en España que tienen por principal ingrediente o acompañante los caracoles. Las formas de cocinarlos son muy variadas, generalmente hervidos, pero también asados o fritos, con una abundante variedad de salsas y condimentos.

En torno al consumo de caracoles, además del «tapeo» en bares y restaurantes, algunos de ellos especializados en este producto, también se producen importantes celebraciones festivas de ámbito popular. En este sentido, cabe destacar el «Aplec del Cargol», fiesta gastronómica por excelencia en Lérida (ver foto). Durante tres días, coincidiendo con el tercer fin de semana del mes de mayo, los leridanos y visitantes degustan platos cuyo elemento principal es el caracol, todo ello promovido y organizado por una «Federación de Colles». Esta gran celebración está

---

<sup>1</sup> Hidalgo, R. (2004), La cría de caracoles comestibles, Editorial Barcelona 1995

amenizada por música de charangas, desfiles de carrozas y pasacalles, cenas de hermandad de diferentes colectivos o grupos, juegos y competiciones populares, espectáculos pirotécnicos, musicales, etc.

Pasacalle popular del “Aplec del Cargol” en Lérida (izquierda) y cocineros mostrando los caracoles (derecha), el producto culinario fundamental de esta famosa fiesta leridana.



Fuente: Arrébola y Alvarez (2001) .- La explotación de los caracoles terrestres en España: Aspectos ecológicos y socioculturales

## **2.2 Objetivos de la encuesta a aplicarse**

### **2.2.1 Objetivo General**

- Determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a la disponibilidad de caracol vivo, así como averiguar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

### **2.2.2 Objetivos Específicos**

- Identificar los posibles intermediarios para la comercialización de caracoles Gross Gris frescos, en el mercado español.
- Determinar las cantidades requeridas de caracoles frescos por parte de los posibles intermediarios.
- Precisar las cantidades y precios ofertados por los competidores.
- Identificar las preferencias más importantes de presentación que influyen en la decisión de compra de caracoles.

## **2.3 Cálculo del tamaño de la muestra**



### 2.3.1 Definición de la muestra

La Muestra es el subconjunto seleccionado de la población a ser estudiada<sup>2</sup>.

El universo en este caso es finito (ver anexo “A”), con 121 empresas, de las cuales se calculará la muestra real mediante datos de la prueba piloto explicada más adelante.

### 2.3.2 Selección de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplica el muestreo aleatorio simple, en el cual se establece un nivel de confianza del 95% y un error menor al 5%.

Datos:

|                        |     |
|------------------------|-----|
| Error (e)              | 5%  |
| Nivel de Confianza (z) | 95% |
| Probabilidad (p)       | 90% |
| Probabilidad (q)       | 10% |
| Universo (N)           | 121 |

<sup>2</sup> KINNER / TAYLOR, Investigación de Mercados, McGraw-Hill, 1998

$$n = \frac{pqN(z^2)}{e^2(N-1) + z^2 pq}$$

$$n = \frac{0,90 * 0,10 * 121 * 1,95^2}{0,05^2 * (121 - 1) + 1,95^2 * 0,90 * 0,10}$$

$$n = 25,78$$

$$n = 26$$

Para calcular la muestra, es necesario disponer de la proporción estimada de éxito, por lo que se aplicó una pregunta filtro en las encuestas, preguntando lo siguiente:

¿Estaría dispuesto a adquirir caracoles frescos en estado natural?

SI  NO

Esta prueba se realizó a 10 representantes de las empresas, de las cuales 8 representantes respondieron que SI y 2 representantes indicaron que NO.

Con los datos obtenidos es posible encontrar la probabilidad (p) y por lo tanto el valor correspondiente a (q).

$$p = \frac{8}{10}$$

$$p = 0,8$$

$$q = 1 - p$$

$$q = 0,2$$

Con los datos reales de la prueba piloto se encontró la muestra real:

|                        |     |
|------------------------|-----|
| Factor error (e)       | 5%  |
| Nivel de Confianza (z) | 95% |
| Probabilidad (P)       | 80% |
| Probabilidad (Q)       | 20% |
| Universo (N)           | 121 |

$$n = \frac{PQN(Z^2)}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{0,80 * 0,20 * 121 * 1,95^2}{0,05^2 * (121 - 1) + 1,95^2 * 0,80 * 0,20}$$

$$n = 39,32$$

$$n = 40$$

La encuesta será aplicada a 40 empresas que podrían ser los intermediarios para llegar al mercado español.

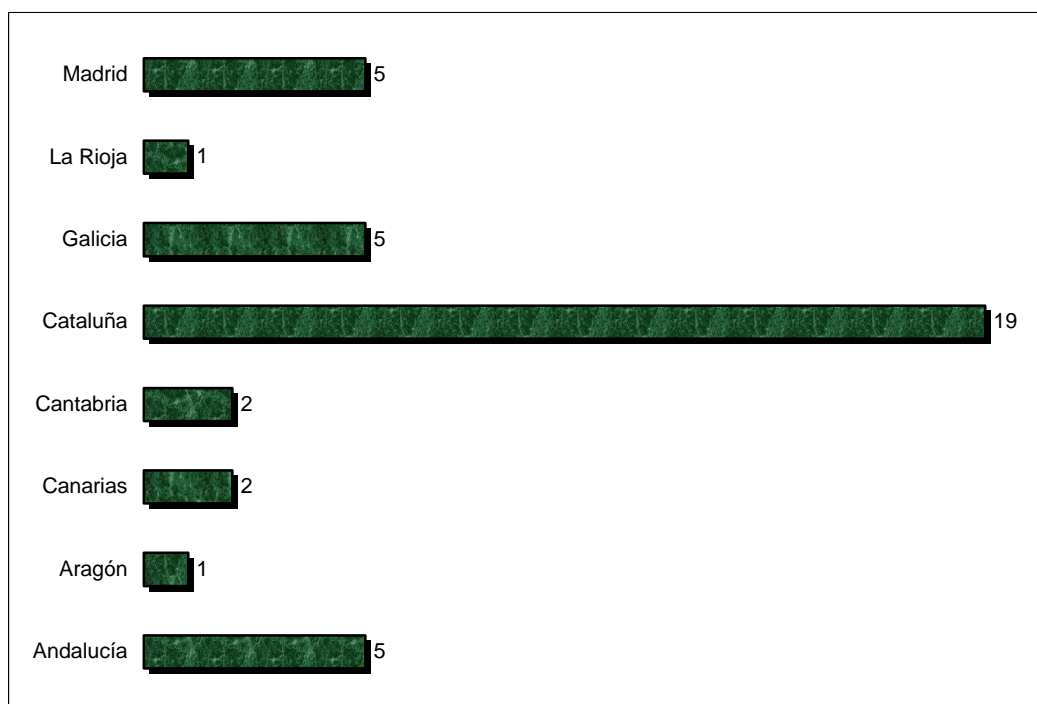
Una vez seleccionadas las cuarenta empresas, en primer lugar se hace una clasificación de las Autonomías y Ciudades de España donde se encuentran los posibles intermediarios dispuestos a adquirir caracoles frescos de la especie Gross Griss.

**Cuadro 2.4**  
**Ubicación de Intermediarios por Autonomías**

| AUTONOMIA    | FRECUENCIA | PORCENTAJE    |
|--------------|------------|---------------|
| Andalucía    | 5          | 12,5%         |
| Aragón       | 1          | 2,5%          |
| Canarias     | 2          | 5,0%          |
| Cantabria    | 2          | 5,0%          |
| Cataluña     | 19         | 47,5%         |
| Galicia      | 5          | 12,5%         |
| La Rioja     | 1          | 2,5%          |
| Madrid       | 5          | 12,5%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>40</b>  | <b>100,0%</b> |

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior  
Elaboración: Carlos Vivas

**Gráfico 2.1**  
**Autonomías donde se ubican los posibles intermediarios**



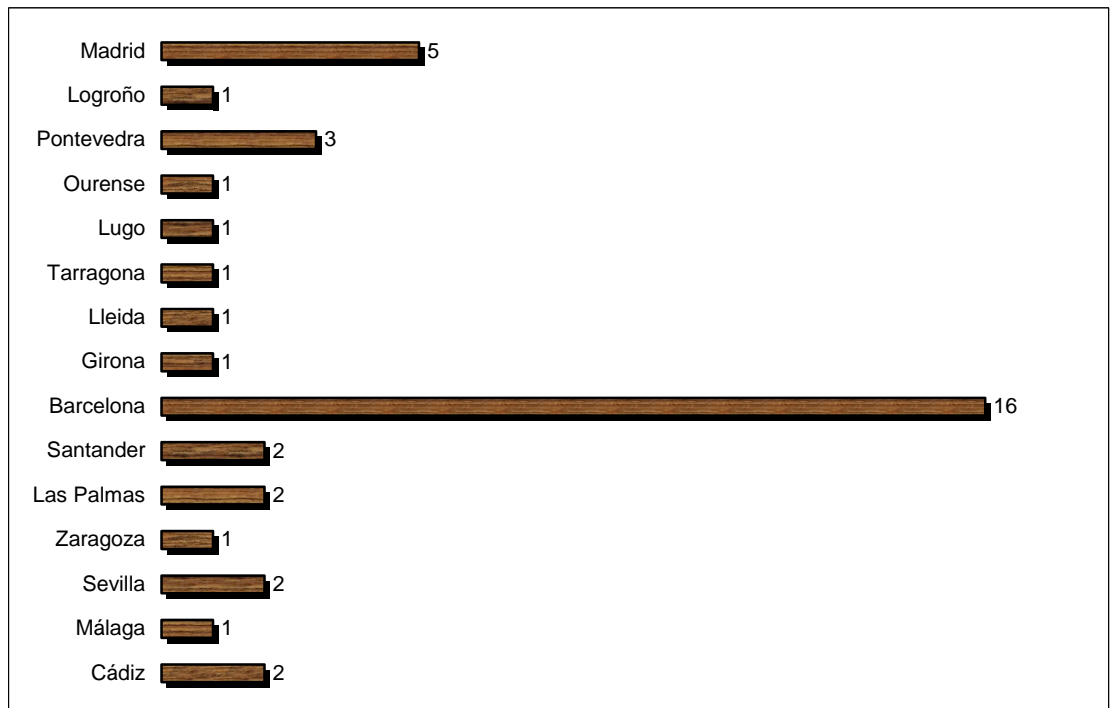
Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior  
Elaboración: Carlos Vivas

**Cuadro 2.5**  
**Ubicación de Intermediarios por Ciudades (Cataluña)**

| CIUDAD       | FRECUENCIA | PORCENTAJE    |
|--------------|------------|---------------|
| Cádiz        | 2          | 5,0%          |
| Málaga       | 1          | 2,5%          |
| Sevilla      | 2          | 5,0%          |
| Zaragoza     | 1          | 2,5%          |
| Las Palmas   | 2          | 5,0%          |
| Santander    | 2          | 5,0%          |
| Barcelona    | 16         | 40,0%         |
| Girona       | 1          | 2,5%          |
| Lleida       | 1          | 2,5%          |
| Tarragona    | 1          | 2,5%          |
| Lugo         | 1          | 2,5%          |
| Ourense      | 1          | 2,5%          |
| Pontevedra   | 3          | 7,5%          |
| Logroño      | 1          | 2,5%          |
| Madrid       | 5          | 12,5%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>40</b>  | <b>100,0%</b> |

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior  
 Elaboración: Carlos Vivas

**Gráfico 2.2**  
**Ciudades de Cataluña donde se ubican los posibles intermediarios**



Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior  
 Elaboración: Carlos Vivas

Se observa que las empresas que podrían constituirse en intermediarios están ubicadas en la Autonomía de Cataluña y dentro de esta Autonomía en la ciudad de Barcelona, lo cual es beneficioso para el proyecto, ya que el mercado objetivo está orientado hacia esa ciudad española.

### **2.3.3 Diseño de los instrumentos de investigación de campo**

Debido a que nuestros sondeos de mercado no se enfocan en los consumidores finales sino en los canales de comercialización, los mismos que representan una cantidad pequeña de intermediarios, se realizará encuestas estructuradas.

La encuesta o cuestionario consiste de una serie de preguntas que el encuestado debe responder, éstas pueden ser de respuesta abierta o cerrada, las de respuesta cerrada incluyen las posibles respuestas y el encuestado debe seleccionar una de ellas, ejemplos de las cerradas son las de selección múltiple y las de medir a base de una escala.

Las preguntas abiertas permiten al encuestado responder las preguntas con sus propias palabras. Las preguntas deben ser simples, claras y seguir una secuencia lógica.

Para el presente proyecto se utilizará la encuesta ya que es un instrumento que tiene por objetivo obtener información estadística definida.

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. Quienes responden pueden ser gerentes o empleados, los cuales son usuarios actuales del sistema existente, usuarios potenciales del sistema propuesto o aquellos que proporcionarán datos o serán afectados por la aplicación propuesta.

## ENCUESTA

### INSTRUCTIVO

- Lea detenidamente cada pregunta y responda con sinceridad
- Marque con una x donde corresponda

### DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre de la Empresa \_\_\_\_\_

Representante Legal \_\_\_\_\_

Lugar de Residencia \_\_\_\_\_

1. ¿Estaría dispuesto a adquirir caracoles frescos en estado natural?

SI  NO

Si su respuesta es Negativa, aquí termina la encuesta; por el contrario, si es Afirmativa continúe por favor

2. ¿Conoce usted algún importador de carne de caracol o de caracoles frescos en estado natural? Enumere

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. ¿Ha tenido alguna relación con la actividad importadora de caracoles frescos?

SI  NO

4. ¿Si su respuesta fue positiva que volumen de caracoles compra mensualmente?

\_\_\_\_\_

5. ¿Cuánto paga o ha pagado por cada kilogramo este producto?

\_\_\_\_\_

6. ¿Qué cantidad de caracoles frescos usted requeriría?

\_\_\_\_\_

7. ¿Con que frecuencia requeriría usted los caracoles?

\_\_\_\_\_

---

8. ¿Mencione las características de la presentación que exige su empresa para los caracoles?

---

---

---

9. ¿En una presentación de malla plástica, en que volumen de caracoles vivos usted requeriría o requiere?

|              |                          |             |                          |
|--------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| 500 gramos   | <input type="checkbox"/> | 1 Kilogramo | <input type="checkbox"/> |
| 2 Kilogramos | <input type="checkbox"/> |             |                          |

10. ¿En una presentación de malla plástica, cuánto estaría dispuesto a pagar por cada volumen?

Expresado en Euros (€ )

|              |                          |                          |                          |
|--------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|              | 0.40 – 0.50              | 0.60 – 0.70              | Más de 0.80              |
| 500 gramos   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|              | 1.80 – 2.20              | 2.40 – 2.80              | Más de 3.00              |
| 1 Kilogramo  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|              | 3.60 – 4.00              | 4.20 – 4.80              | Más de 5.00              |
| 2 Kilogramos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### 2.3.4 Investigación de campo

La investigación de campo se realizó aplicando la encuesta por la Internet a 40 empresas españolas seleccionadas aleatoriamente, la misma que fue llenada por los representantes legales de cada empresa.

### 2.3.5 Procesamiento de la información

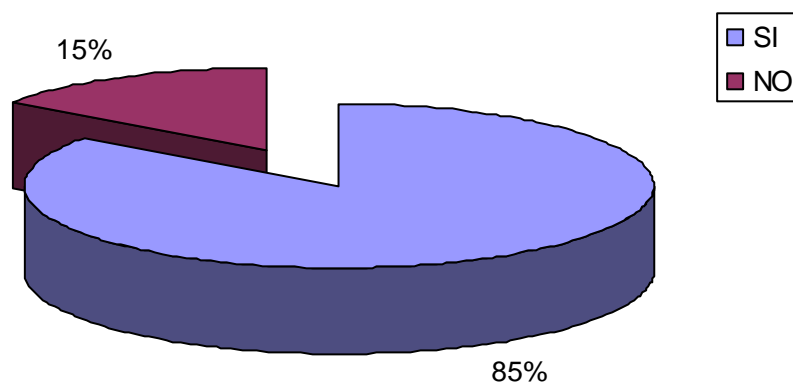
Debido a la exactitud de información que requiere la investigación de mercado se utilizará el programa Excel XP, con el cual se obtendrá información precisa y detallada.

### 2.3.6 Análisis de los resultados

*¿Estaría dispuesto a adquirir caracoles frescos en su estado natural?*

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| SI        | 34         | 85,0%      |
| NO        | 6          | 15,0%      |
| TOTAL     | 40         | 100,0%     |

DISPOSICIÓN PARA ADQUIRIR CARACOLES FRESCOS EN ESTADO NATURAL



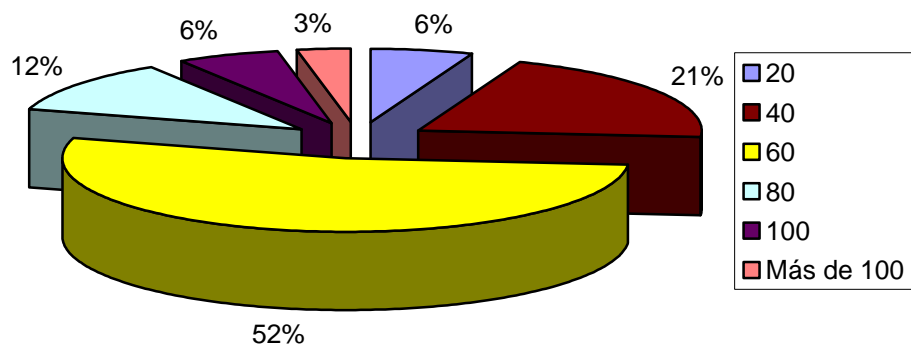


De las 40 empresas consultadas, 34 empresas dijeron que estarían dispuestas adquirir caracoles frescos en su estado natural y 6 manifestaron que no tenían interés en esta presentación de caracol, lo que nos permite hacer una estimación de nuestros clientes potenciales.

*¿Qué cantidad anual de caracoles en estado natural requeriría?*

| CANTIDAD (TM) | FRECUENCIA | PORCENTAJE    |
|---------------|------------|---------------|
| 20            | 2          | 5,9%          |
| 40            | 7          | 20,6%         |
| 60            | 18         | 52,9%         |
| 80            | 4          | 11,8%         |
| 100           | 2          | 5,9%          |
| Más de 100    | 1          | 2,9%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>34</b>  | <b>100,0%</b> |

**CANTIDAD ANUAL REQUERIDA DE CARACOLES EN ESTADO NATURAL**

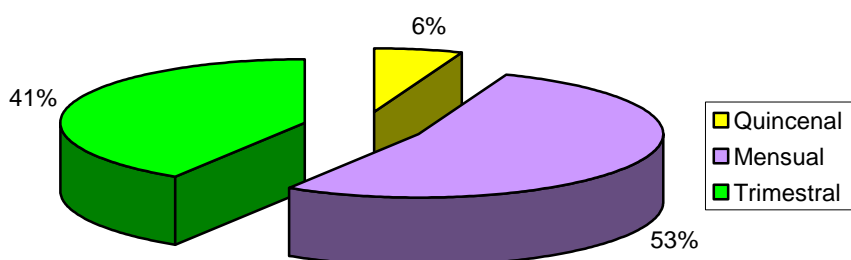


Existe un rango promedio de 60 Toneladas Métricas que demandarían las empresas interesadas en caracoles vivos provenientes de Ecuador.

*¿Con que frecuencia requeriría usted los caracoles en su estado natural?*

| FRECUENCIA   | FRECUENCIA | PORCENTAJE    |
|--------------|------------|---------------|
| Quincenal    | 2          | 5,9%          |
| Mensual      | 18         | 52,9%         |
| Trimestral   | 14         | 41,2%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>34</b>  | <b>100,0%</b> |

### FRECUENCIA REQUERIDA DE CARACOLES EN ESTADO NATURAL

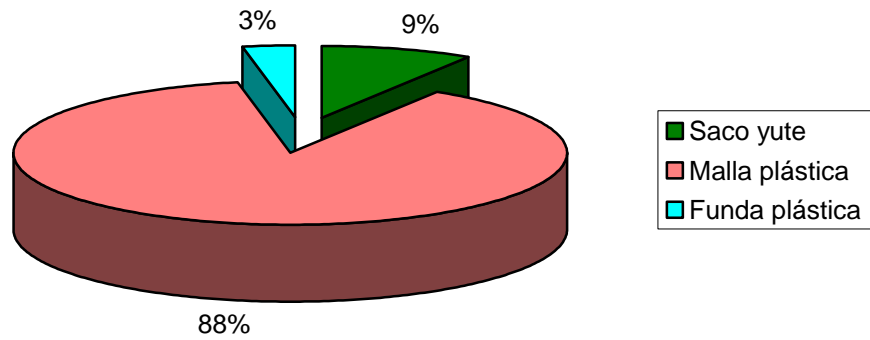


De las 34 empresas interesadas en adquirir caracoles en estado natural para comercializarlo en el Mercado Español, 18 demandan el producto de forma mensual, 14 lo requieren trimestralmente y 2 quincenalmente, predominando como se puede observar la demanda mensual además de un valor considerable de demanda trimestral.

*¿Mencione las características de la presentación que exige su empresa para los caracoles vivos?*

| CARACTERÍSTICA | FRECUENCIA | PORCENTAJE    |
|----------------|------------|---------------|
| Saco yute      | 3          | 8,8%          |
| Malla plástica | 30         | 88,2%         |
| Funda plástica | 1          | 2,9%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>34</b>  | <b>100,0%</b> |

## PRESENTACIÓN PREFERIDA

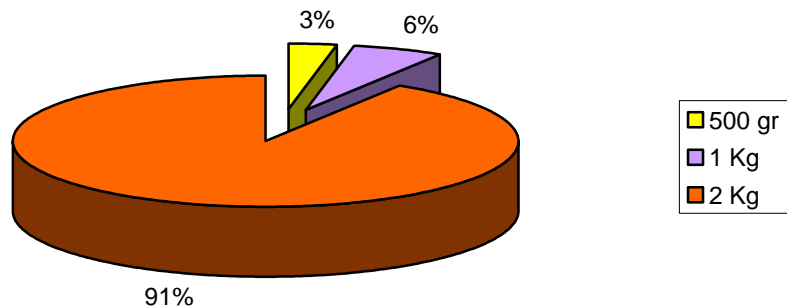


De las 34 empresas que están dispuestos a comercializar la carne de caracol, 30 exigen que el producto se presente en mallas plásticas.

*¿En que presentación o volumen de caracoles vivos usted requeriría o requiere?*

| VOLUMEN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE    |
|--------------|------------|---------------|
| 500 gr       | 1          | 2,9%          |
| 1 Kg         | 2          | 5,9%          |
| 2 Kg         | 31         | 91,2%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>34</b>  | <b>100,0%</b> |

## VOLUMEN PREFERIDO DE LA PRESENTACIÓN

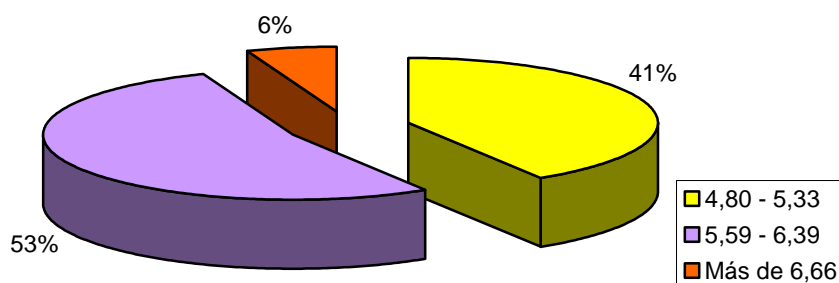


Debido a la tendencia y costumbres del mercado Español, las empresas se inclinan hacia la opción de la presentación de 2 Kilos.

*¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada presentación?*

| PRECIO €     | PRECIO USD  | FRECUENCIA | PORCENTAJE    |
|--------------|-------------|------------|---------------|
| 3,60 - 4,00  | 4,80 - 5,33 | 14         | 41,2%         |
| 4,20 - 4,80  | 5,59 - 6,39 | 18         | 52,9%         |
| Más de 5,00  | Más de 6,66 | 2          | 5,9%          |
| <b>TOTAL</b> |             | <b>34</b>  | <b>100,0%</b> |

PRECIO EN USDS POR CADA Kg DE CARACOL VIVO



De las 34 empresas dispuestas a adquirir el caracol en estado natural 18 estarían dispuestas a pagar entre 5,59 y 6,39 USD

### 2.3.7 Conclusión

Los resultados de las encuestas aplicadas a las 40 empresas interesadas en comercializar carne de caracol, presentan datos que son de utilidad para localizar geográficamente el mercado donde se encuentran los intermediarios de este producto, así mismo, facilitan la toma de decisiones en lo que se refiere a las cantidades, presentación y volúmenes requeridos por los clientes potenciales, parámetros que de cumplirse harían que el proyecto sea atractivo.

## 2.4 Análisis de la Demanda

La demanda se constituye en el conjunto de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios, manteniéndose constantes el resto de las variables, también se define como petición de compra de un título, divisa o servicio.

### 2.4.1 Elasticidad de la demanda

Hay algunos bienes cuya demanda es muy sensible al precio, pequeñas variaciones en su precio provocan grandes variaciones en la cantidad demandada. Se dice de ellos que tienen demanda elástica. Los bienes que, por el contrario, son poco sensibles al precio son los de demanda inelástica o rígida. En éstos pueden producirse grandes variaciones en los precios sin que los consumidores varíen las cantidades que demandan. El caso intermedio se llama de elasticidad unitaria.

La elasticidad de la demanda se mide calculando el porcentaje en que varía la cantidad demandada de un bien cuando su precio varía en un uno por ciento. Si el resultado de la operación es mayor que uno, la demanda de ese bien es elástica; si el resultado está entre cero y uno, su demanda es inelástica.

Hay diferentes clases de elasticidad, por lo que el análisis que se realiza en este trabajo, se lo hace bajo el concepto de la “elasticidad-precio” ya que se trata de medir la sensibilidad de la demanda a las variaciones en los precios.

#### **Demanda Elástica:**

Característica que tienen aquellos bienes cuya demanda se modifica de forma sustancial como consecuencia de cambios en el precio de dicho bien o cambios en la renta de los consumidores.

#### **Demanda Inelástica:**

Demanda que se caracteriza porque la variación en el precio de un bien determinado apenas afecta a la variación de la cantidad demandada de ese bien, de forma que queda manifiesta la rigidez de su demanda. En ocasiones esta relación es incluso inexistente, y entonces se habla de total rigidez de la demanda.

Para la clasificar el tipo de demanda se utilizara la ecuación que nos indica su elasticidad, en la cual si el resultado es mayor a 1 nos encontraremos con una demanda elástica, si es menor a 1 será una demanda inelástica y si es igual a 1 será demanda unitaria.

**Cuadro 2.6**  
**Elasticidad de la Demanda**

| DEMANDA |                         |                           |
|---------|-------------------------|---------------------------|
| AÑO     | PESO<br>(Miles de Kgs.) | VALOR<br>(Miles de euros) |
| 2000    | 40,5                    | 158,9                     |
| 2001    | 41,0                    | 179,1                     |
| 2002    | 65,4                    | 253,1                     |
| 2003    | 83,4                    | 312,1                     |
| 2004    | 89,6                    | 337,5                     |
| 2005    | 114,6                   | 476,1                     |
| 2006    | 123,8                   | 522,7                     |

Fuente: Cámara de Comercio de España  
Elaboración: Carlos Vivas

$$Elasticidad = \left| \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} * \frac{P_1}{Q_1} \right|$$

$$Elasticidad = \left| \frac{123,8 - 114,6}{522,7 - 476,1} * \frac{476,1}{114,6} \right|$$

$$Elasticidad = \left| \frac{9,20}{46,60} * \frac{476,1}{114,6} \right|$$

$$Elasticidad = |0,20 * 4,1542|$$

$$Elasticidad = 0,82$$

Este resultado muestra que para este proyecto se tiene una demanda inelástica, es decir que no es sustancialmente sensible a la variación del precio.

#### 2.4.2 Factores que afectan a la demanda

Los factores que influyen en que la demanda de un bien sea más o menos elástica son:

- *Tipo de necesidades que satisface el bien.*- Si el bien es de primera necesidad la demanda es inelástica, se adquiere sea cual sea el precio; en cambio si el bien es de lujo la demanda será elástica ya que si el precio aumenta un poco muchos consumidores podrán prescindir de él.

- *Existencia de bienes sustitutos.*- Si existen buenos sustitutos la demanda del bien será muy elástica. Por ejemplo, un pequeño aumento en el precio del aceite de oliva puede provocar que un gran número de amas de casa se decida por usar el de girasol.
- *Importancia del bien en términos de coste.*- Si el gasto en ese bien supone un porcentaje muy pequeño de la renta de los individuos, su demanda será inelástica. Por ejemplo, el lápiz. Las variaciones en su precio influyen muy poco en las decisiones de los consumidores que desean adquirirlos.
- *El paso del tiempo.*- Para casi todos los bienes, cuanto mayor sea el período de tiempo considerado mayor será la elasticidad de la demanda. Puede ser que al aumentar el precio de la gasolina, su consumo no varíe mucho, pero al pasar el tiempo podrá ser substituida en algunos de sus usos por el carbón, en otros usos por el alcohol, de forma que la disminución en la demanda sólo se nota cuando pasa el tiempo.
- *El precio.*- Finalmente hay que tener en cuenta que la elasticidad de la demanda no es la misma a lo largo de toda la curva. Es posible que para precios altos la demanda sea menos elástica que cuando los precios son más bajos o al revés, dependiendo del producto de que se trate.

### 2.4.3 Demanda Histórica

En la actualidad existe una gran demanda de este molusco en el ámbito mundial, con la única excepción de Inglaterra, todos los países de la Unión Europea son consumidores de caracol en mayor o menor cantidad, situándose a la cabeza Francia, España e Italia; en este orden.

**Cuadro 2.7**  
**Demanda Histórica de Caracoles Frescos**

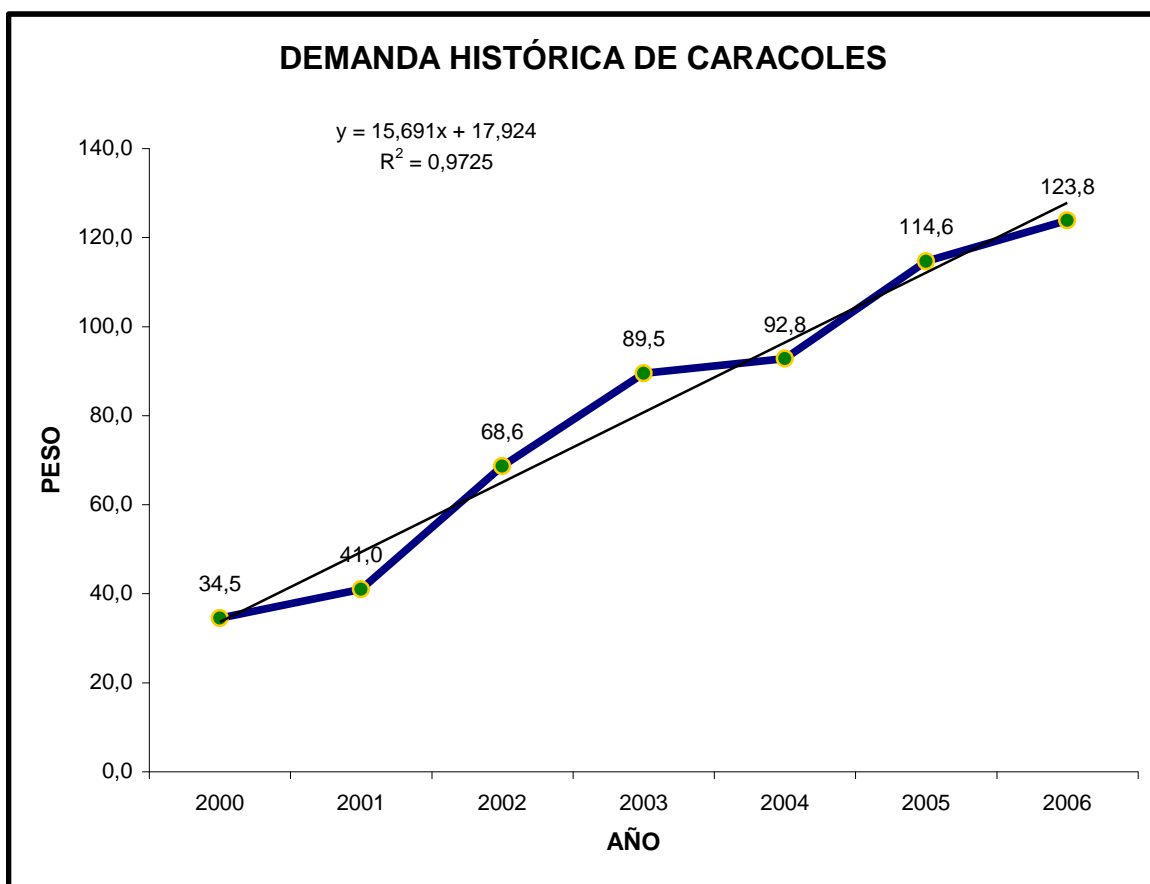
| AÑO              | Periodo (x) | PESO (y)        | VALOR            | PRECIO PROMEDIO<br>USD/Kg |
|------------------|-------------|-----------------|------------------|---------------------------|
|                  |             | (Miles de Kgs.) | (Miles de euros) |                           |
| 2000             | 1           | 34,5            | 148,9            | 5,75                      |
| 2001             | 2           | 41,0            | 179,1            | 5,82                      |
| 2002             | 3           | 68,6            | 267,1            | 5,19                      |
| 2003             | 4           | 89,5            | 340,3            | 5,07                      |
| 2004             | 5           | 92,8            | 353,2            | 5,07                      |
| 2005             | 6           | 114,6           | 476,1            | 5,54                      |
| 2006             | 7           | 123,8           | 522,7            | 5,63                      |
| <b>T O T A L</b> |             | <b>564,8</b>    | <b>2.287,4</b>   | <b>5,44</b>               |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Carlos Vivas



**Gráfico 2.3**  
**Demanda Histórica de Caracoles Frescos (Toneladas Métricas)**



Fuente: Investigación directa  
 Elaboración: Carlos Vivas

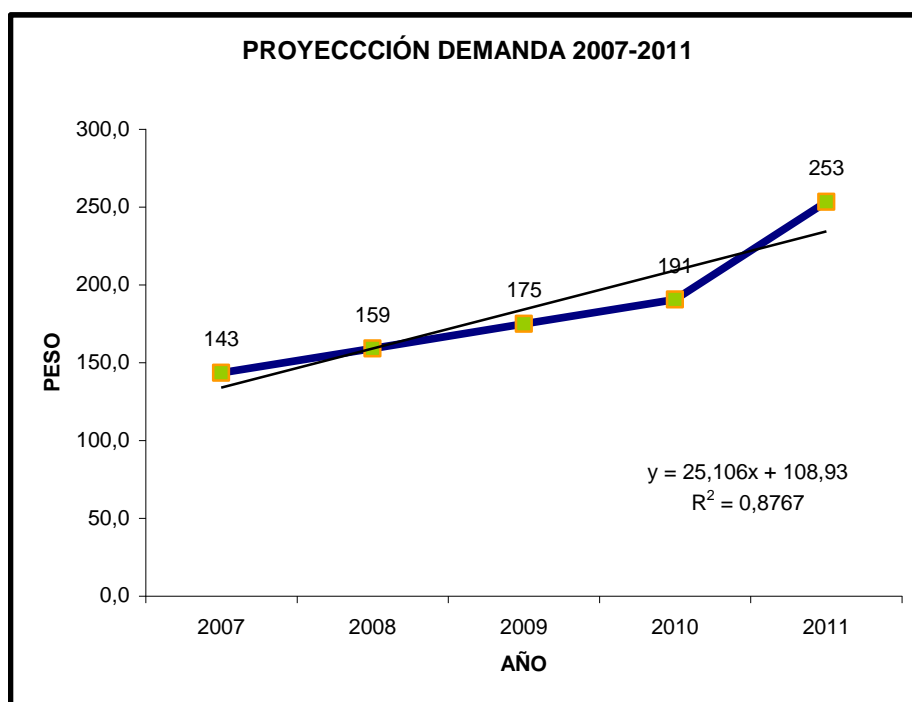
#### 2.4.4 Proyección de la Demanda

**Cuadro 2.8**  
**Proyección de la Demanda de Caracoles Frescos (Toneladas Métricas)**

| Año  | Periodo (x) | Peso (y) |
|------|-------------|----------|
| 2007 | 8           | 143,5    |
| 2008 | 9           | 159,1    |
| 2009 | 10          | 174,8    |
| 2010 | 11          | 190,5    |
| 2011 | 15          | 253,3    |

Fuente: Investigación Directa  
 Elaboración: Carlos Vivas

**Gráfico 2.4**  
**Proyección de la Demanda de Caracoles Frescos (Toneladas Métricas)**



Fuente: La Tesis  
Elaboración: Autor

## 2.5 Análisis de la Oferta

### 2.5.1 Descripción de la Oferta de Mercado

La producción y comercialización de caracoles terrestres se ha desarrollado en el ámbito mundial en diferentes regiones y continentes. La competencia interna es incipiente, con un número reducido de empresas que proveen al mercado español, con cantidades mínimas exportadas a ese destino.

La competencia internacional del proyecto, está constituida por exportadores de Marruecos y Portugal, esto probablemente se debe a su proximidad geográfica.

### 2.5.2 Variables que afectan la Oferta

- *Precio de insumos.*- El precio del insumo principal (Caracol HELIX ASPERSA) puede ser afectado por factores climáticos como los que vienen sucediendo en Europa o Asia. Sin embargo, se puede indicar con

seguridad que este insumo así como el costo de los materiales de construcción para el local y el alimento de caracoles no han variado significativamente en los últimos años ni se espera que suban ya que hay una considerable cantidad de proveedores de estos productos, y la dolarización establecida en el país, garantiza la estabilidad de precios en estos productos.

- *Tecnología.*- La tecnología, en cuanto a técnicas y procedimientos se refiere, puede afectar considerablemente la producción. Por ejemplo, nuevas alternativas para la crianza de caracoles que puedan permitir la disminución de muertes de los caracoles.
- *Ambientales.*- El caracol es sensible a sonidos fuertes, tales como ruidos de construcción, lo que no permite su apareamiento por periodos de stress. Es por que el ambiente donde debe ser criado el caracol debe ser escogido minuciosamente ya esta variable es determinante para la periodicidad de la producción de caracoles.

### 2.5.3 Comportamiento Histórico de la Oferta

En la actualidad existen grandes requerimientos de este molusco en el ámbito mundial, con la única excepción de Inglaterra, todos los países de la Unión Europea son consumidores de caracol en mayor o menor cantidad, situándose a la cabeza Francia, España e Italia; en este orden.

Los datos estadísticos obtenidos de la Cámara de Comercio de España, muestran una oferta sostenida de caracoles desde el Ecuador, con una cantidad de 12 toneladas exportadas en el año 2000, que se ha incrementado hasta casi 24 toneladas en 2006.

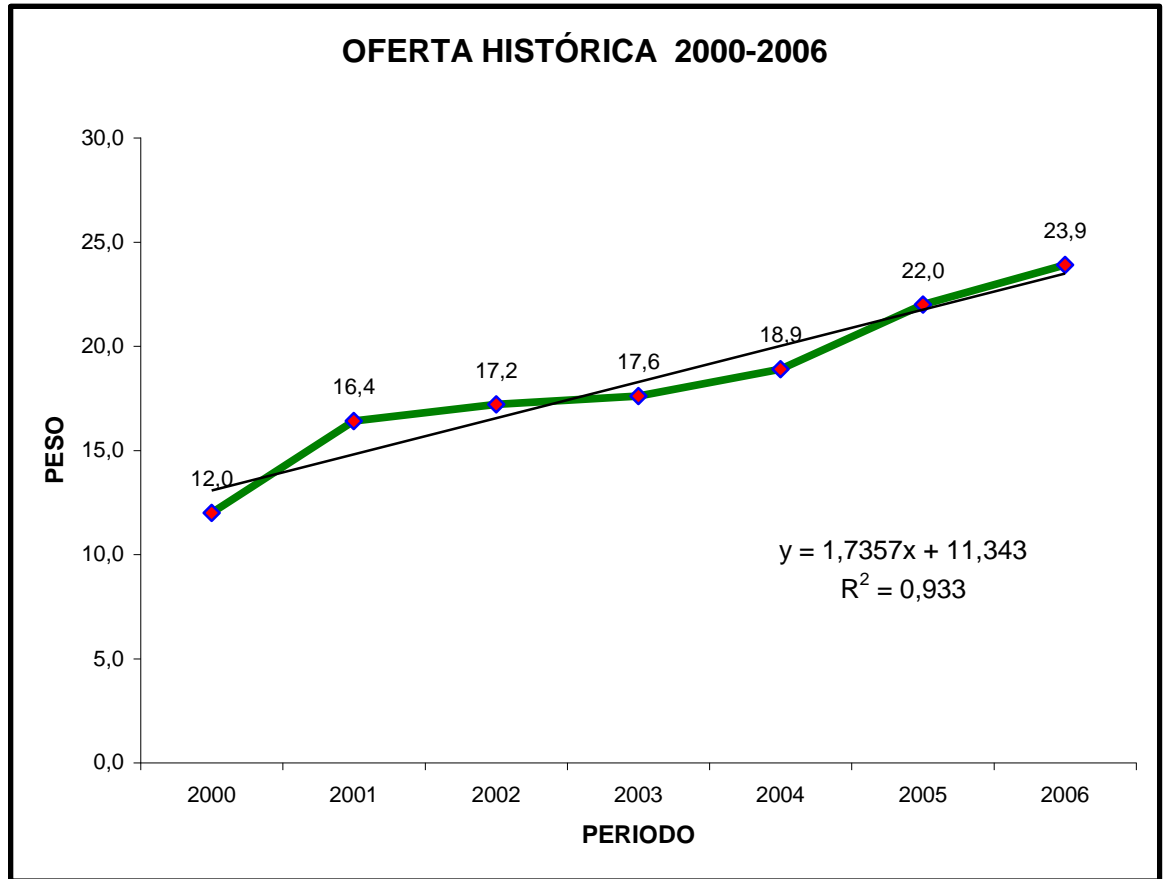
#### Cuadro 2.9

##### Oferta Histórica de Caracoles Frescos

| AÑO  | Periodo (x) | PESO (y)        | VALOR            | PRECIO PROMEDIO<br>USD/Kg |
|------|-------------|-----------------|------------------|---------------------------|
|      |             | (Miles de Kgs.) | (Miles de euros) |                           |
| 2000 | 1           | 12,0            | 59,4             | 12,00                     |
| 2001 | 2           | 16,4            | 68,3             | 11,00                     |
| 2002 | 3           | 17,2            | 71,0             | 13,00                     |
| 2003 | 4           | 17,6            | 72,3             | 15,00                     |
| 2004 | 5           | 18,9            | 82,7             | 11,00                     |
| 2005 | 6           | 22,0            | 92,3             | 20,00                     |
| 2006 | 7           | 23,9            | 99,7             | 21,00                     |

Fuente: Investigación directa  
 Elaboración: Carlos Vivas

**Gráfico 2.5**  
**Oferta Histórica de Caracoles Frescos (Toneladas Métricas)**



Fuente: Investigación Directa  
 Elaboración: Carlos Vivas

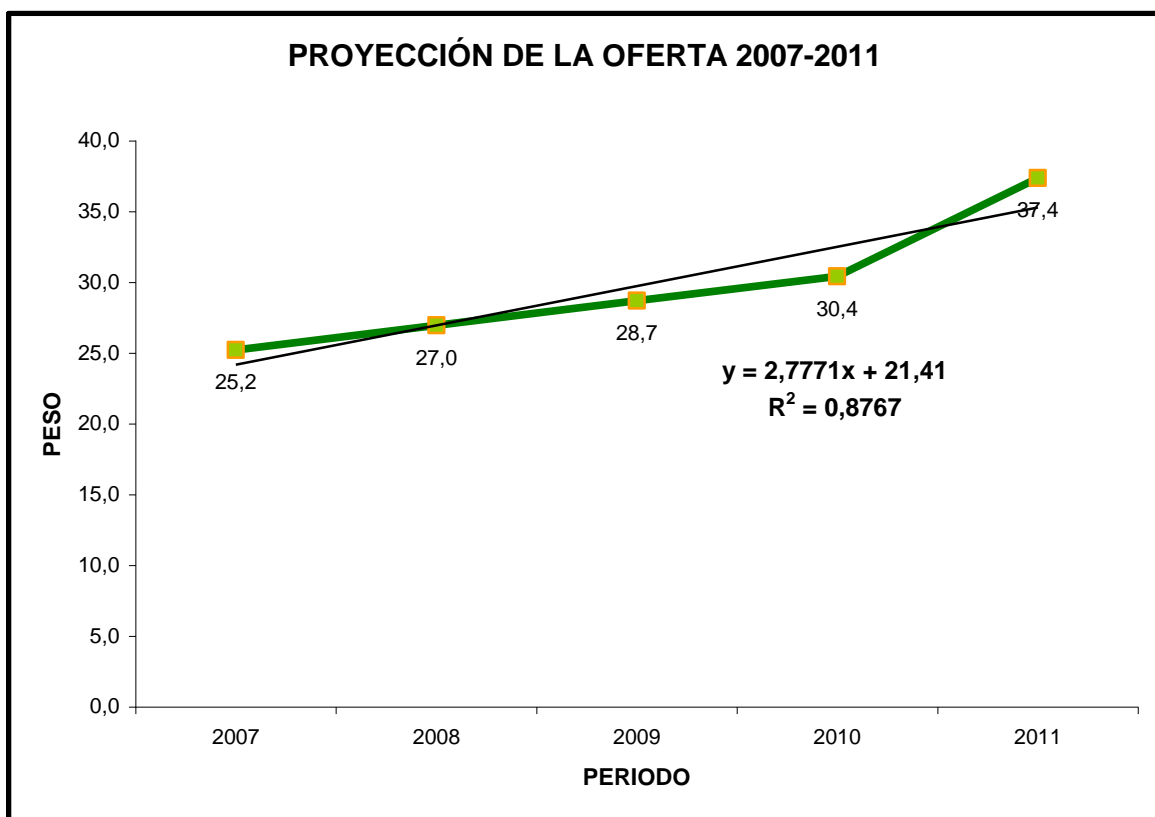
#### 2.5.4 Proyección de la Oferta

**Cuadro 2.10**  
**Proyección de la Oferta de Caracoles Frescos (Toneladas Métricas)**

| AÑO  | Periodo (x) | Peso (y) |
|------|-------------|----------|
| 2007 | 8           | 25,2     |
| 2008 | 9           | 27,0     |
| 2009 | 10          | 28,7     |
| 2010 | 11          | 30,4     |
| 2011 | 15          | 37,4     |

Fuente: Investigación directa  
 Elaboración: Carlos Vivas

**Gráfico 2.6**  
**Proyección de la Oferta de Caracoles Frescos (Toneladas Métricas)**



Fuente: Investigación directa  
 Elaboración: Carlos Vivas

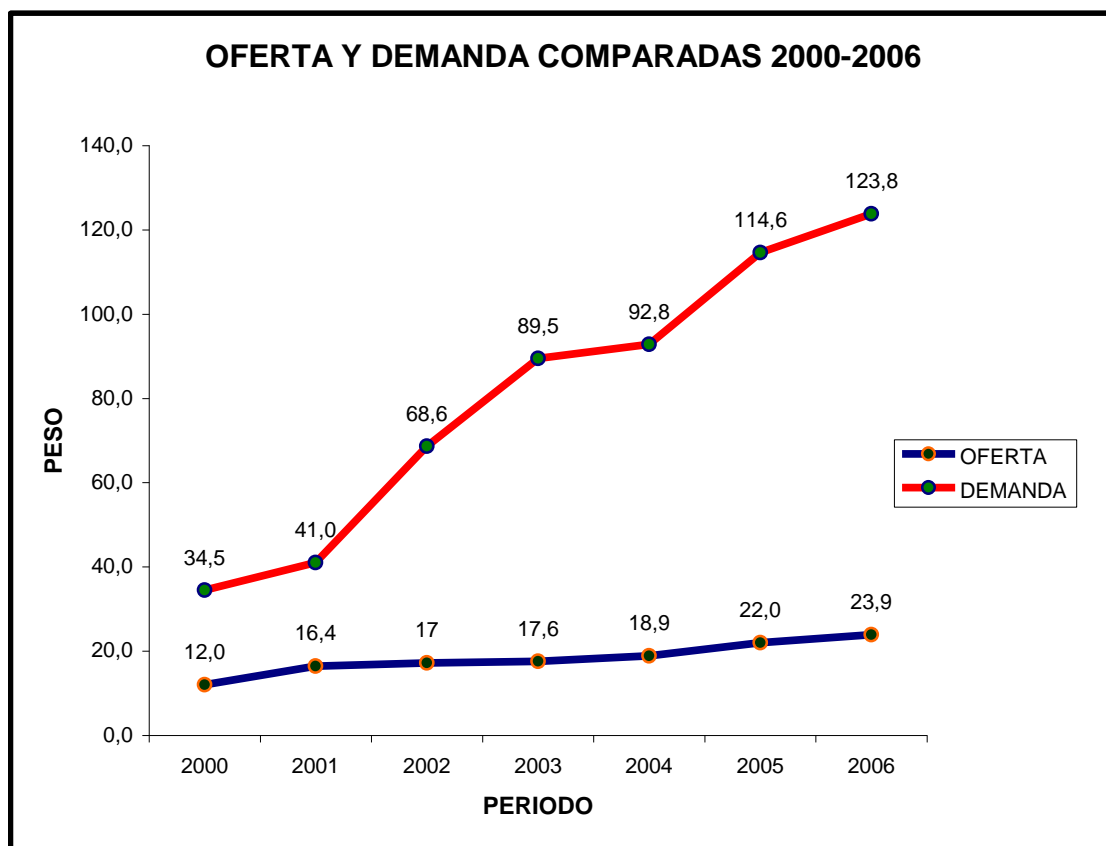
## 2.6 Oferta y Demanda comparadas

**Cuadro 2.11**  
**Oferta y Demanda comparadas**

| AÑO  | OFERTA <sup>TM</sup> | DEMANDA <sup>TM</sup> | DIFERENCIA <sup>TM</sup> | PORCENTAJE |
|------|----------------------|-----------------------|--------------------------|------------|
| 2000 | 12,0                 | 34,5                  | 23                       | 35%        |
| 2001 | 16,4                 | 41,0                  | 25                       | 40%        |
| 2002 | 17,2                 | 68,6                  | 51                       | 25%        |
| 2003 | 17,6                 | 89,5                  | 72                       | 20%        |
| 2004 | 18,9                 | 92,8                  | 74                       | 20%        |
| 2005 | 22,0                 | 114,6                 | 93                       | 19%        |
| 2006 | 23,9                 | 123,8                 | 100                      | 19%        |

Fuente: Investigación directa  
 Elaboración: Carlos Vivas

**Gráfico 2.7**  
Oferta y Demandas comparadas



Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

## 2.7 Determinación de la Demanda Insatisfecha

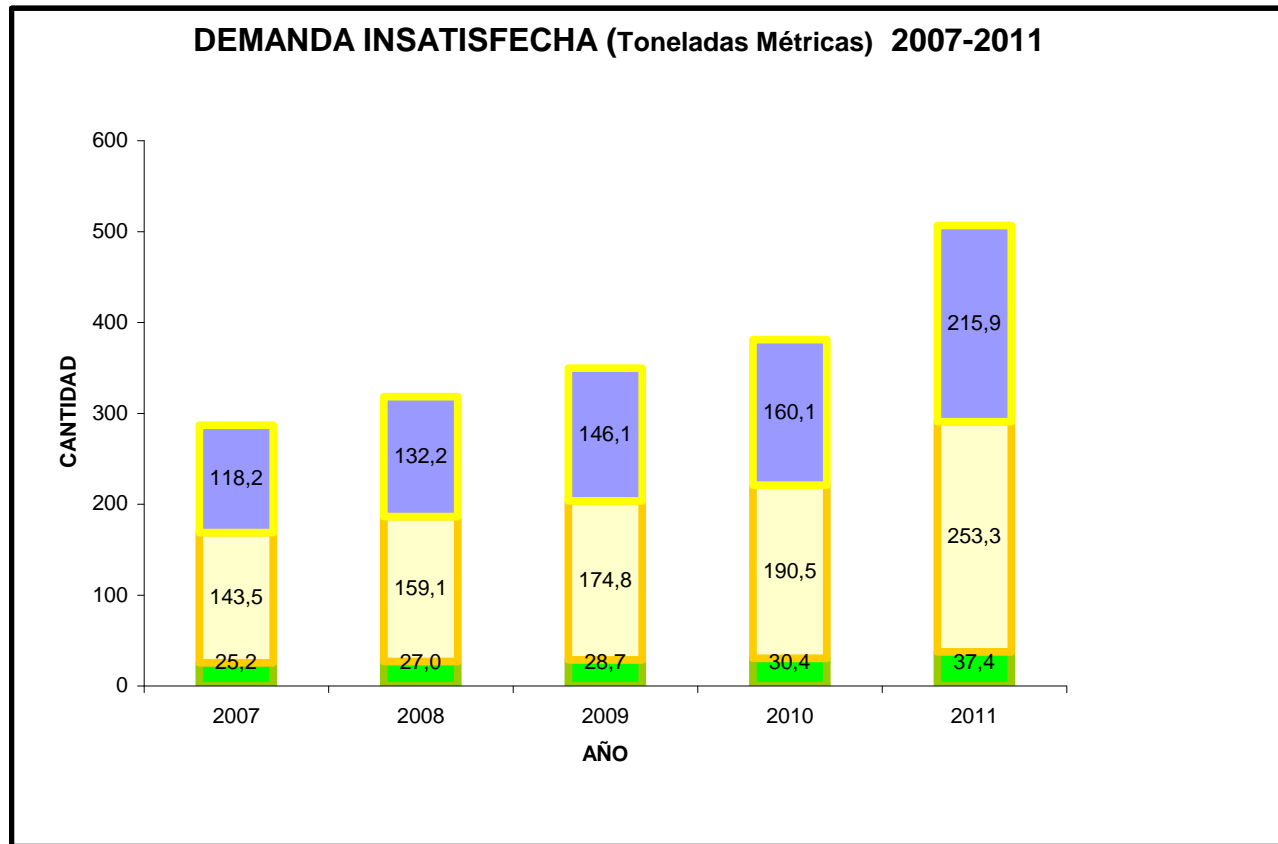
Para establecer esta demanda, se definirá el mercado objetivo en función de la proyección de la misma y la participación estimada dentro del mercado.

**Cuadro 2.12**  
Demanda Insatisfecha (Miles de Kg)

| AÑO  | OFERTA | DEMANDA | DEMANDA INSATISFECHA |
|------|--------|---------|----------------------|
| 2007 | 25,2   | 143,5   | 118,2                |
| 2008 | 27,0   | 159,1   | 132,2                |
| 2009 | 28,7   | 174,8   | 146,1                |
| 2010 | 30,4   | 190,5   | 160,1                |
| 2011 | 37,4   | 253,3   | 215,9                |

Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

**Gráfico 2.8**  
**Demanda Insatisfecha (Toneladas Métricas)**



Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

## 2.8 Definición del producto

El Caracol es originario de Europa Central y se constituye en un producto gastronómico por excelencia, debido a que su carne es utilizada en la preparación de comida internacional.

El caracol posee varias características nutritivas, razón por la cual se está experimentando una demanda creciente debido a la tendencia mundial de consumir alimentos bajos en grasa y de alto valor proteínico.

Es importante destacar que la carne de caracol, más allá de ser una delicatessen (bastante accesible en cuanto a su costo y elaboración), es una excelente alternativa de consumo, debido a las propiedades nutricionales de su carne. Los caracoles son herbívoros, por lo que transforman proteínas vegetales en proteínas animales de gran calidad biológica y gastronómica. Su carne se destaca por el alto contenido de elementos minerales: calcio, hierro, magnesio, zinc, yodo, cobre y manganeso.

Actualmente, los estudios realizados posicionan su carne entre las de mejor calidad alimenticia, según se aprecia en el siguiente cuadro comparativo:

**Cuadro 2.13**  
**Valor Nutricional del Escargot**

| <b>VALOR NUTRICIONAL DEL ESCARGOT</b> |                 |             |              |                |
|---------------------------------------|-----------------|-------------|--------------|----------------|
|                                       | <b>Escargot</b> | <b>Vaca</b> | <b>Pollo</b> | <b>Pescado</b> |
| <b>Lípidos (%)</b>                    | 0,5 - 0,8       | 11,5        | 12           | 1,5            |
| <b>Calorías / 100gr.</b>              | 60 – 80         | 163         | 120          | 70             |
| <b>Proteínas (%)</b>                  | 13,5            | 22,1        | 8,5          | 15             |
| <b>Agua (%)</b>                       | 83,8            | 72          | 70,6         | 81             |
| <b>Otros (%)</b>                      | 1,9             | 0,9         | 0,8          | 25             |

El escargot es rico en sales minerales, entre otras: calcio, magnesio, zinc, cobre, manganeso, cobalto e yodo.

Fuente: La cría de caracoles comestibles, Hidalgo, R. (2004), Editorial Barcelona 1995  
Elaboración: Carlos Vivas

La comercialización del caracol puede ejecutarse de las siguientes formas:

- Caracol vivo para faenar.
- Carne de caracol faenada y congelada.
- Caracoles semicocidos en su concha.
- Conservas.
- Enlatados.
- Platos preparados.
- Reproductores, juveniles e infantiles para engorde.

Uso del Caracol

- Consumo directo como carne.
- Producción como pie de cría o para engorde.
- Consumo combinado con hortalizas u otros productos vegetales.
- En conservas o enlatados acompañado de salsas, aceites o licores.
- Carnada para pesca.
- Alimento para otros animales como aves y peces.
- En cosmetología
- Al ser introducidos en zonas contaminadas, contribuye a su saneamiento.

Los derivados del caracol son los siguientes:

- Conchas que son utilizadas para elaborar balanceados por su alto contenido de calcio, por los artesanos para la fabricación de objetos como collares o adornos y en la alta cocina para la presentación de platos.



- Vísceras y heces que se las utilizan como abono orgánico previa descomposición.
- La baba es utilizada en la cosmética y la medicina.
- Huevos que se los vende como caviar blanco.

Por otro lado, la carne de caracol, más allá de ser una delicatessen (bastante accesible en cuanto a su costo y elaboración), desde la antigüedad fue considerada como un recurso medicinal de distintas aplicaciones; utilizándose para curar asma, gota y hemorragia nasal, entre otras afecciones.

En la farmacopea moderna, se utiliza la helicina, mezcla del mucílago del caracol con azúcar, que es empleada como pasta pectoral en las afecciones pulmonares. En Bélgica, se está desarrollando actualmente un preparado a partir del mucílago del caracol con el objeto de reconstruir la mucosa gástrica dañada en los seres humanos. Las proteínas de los caracoles actúan en la reconstrucción integral de los tejidos gástricos, ayudando a la cura de la úlcera.

Por ser un alimento rico en calcio, ayuda a combatir el raquitismo y es óptimo para el estado de lactancia.

Su alto tenor en ácidos grasos polinsaturados ayuda a combatir el colesterol y es recomendado para las dietas especiales en casos de hiper-trigliceridemia e hiper-colesterolemia.; asimismo, el caracol es pobre en lípidos y puede ser consumido por personas afectadas por problemas hepáticos, arteriosclerosis y obesidad.

En Francia y Alemania son utilizados como base para cosméticos.

El producto de “*Escargots del Ecuador*”, se exportará vivo con una presentación en gavetas plásticas que contienen un peso neto de 15.5 kilos.

#### **a. Exigencias Arancelarias**

El código arancelario internacional, NANDINA 0307.60.00 corresponde a la partida arancelaria para los Caracoles Excepto los de Mar.

Las importaciones de caracoles frescos o congelados están exentas de arancel. Al mismo tiempo los lotes importados deben estar acompañados de un certificado de salubridad, también se procede a una visita sanitaria a aquella mercancía en la entrada al territorio elegido. Se puede acotar que para la exportación de caracol a la Comunidad Europea, así como para el resto de países, como Estados Unidos, Venezuela, Chile, Colombia, etc., el arancel a pagar actualmente es del 0%.

**b. Exigencias No Arancelarias**

*Medidas Zoosanitarias.*- Las importaciones españolas de carne de caracol ya sean frescas o procesadas están sujetas a una inspección tanto en el país de origen como en el país destinado. El país de origen debe emitir un certificado de control bacteriológico y veterinario el cual debe ser emitido por la autoridad competente, que en el caso de Ecuador es el Ministerio de Agricultura. Al llegar al país de destino la carga es verificada en el puerto de desembarque.

También se requiere de otro certificado de sanidad de las instalaciones donde se da la crianza del caracol (en caso de que el cliente lo requiera). En este caso un funcionario del Ministerio de Agricultura debe hacer una inspección sanitaria al lugar de la explotación, para verificar las condiciones en las que se encuentra el helícido. También se verifica que el caracol esté libre de hongos u otras enfermedades que pueden ser nocivas para el hombre y que son prohibidas por la Comunidad Económica Europea.

Para evitar problemas en aduana es muy importante tener en cuenta que los productos deben llevar escrito con tinta indeleble el nombre del país de origen y el número de registro del establecimiento.

A manera de conclusión en el ámbito sanitario, se debe señalar la existencia de una doble responsabilidad, la una por parte gubernamental, donde se requiere un mejor control técnico y menos burocrático; y, la otra por parte empresarial, con un mayor esfuerzo y cuidado para garantizar la inocuidad de los productos. Un incumplimiento puntual por parte de una empresa puede distorsionar la imagen de todo un sector productivo, lo cual obviamente resulta ser muy grave.

*Empaque.*- Los requerimientos en cuanto al empaque varían según el tipo de presentación, es decir, vivos, congelados o enlatados; para caracoles vivos no existen requerimientos de envase, generalmente se los transporta en bolsas de yute o gavetas plásticas con espacios abiertos, pero dentro de una malla igualmente plástica.

Con respecto a las normas para las etiquetas del caracol vivo, se exige que se incluyan datos de: Código, nombre, dirección y ciudad, del importador y exportador.

## 2.9 Análisis de los precios

Para realizar este análisis, se toma información histórica del comportamiento del precio promedio del kilogramo de caracoles frescos en dólares norteamericanos, datos que se logran dividiendo los valores de las importaciones para las cantidades de las mismas.

**Cuadro 2.14**  
**Importaciones Españolas de caracoles provenientes de Sudamérica**

| AÑO          | Periodo (x) | PESO (y)        | VALOR            | PRECIO PROMEDIO<br>USD/Kg |
|--------------|-------------|-----------------|------------------|---------------------------|
|              |             | (Miles de Kgs.) | (Miles de euros) |                           |
| 2000         | 1           | 34,5            | 148,9            | 5,75                      |
| 2001         | 2           | 41,0            | 179,1            | 5,82                      |
| 2002         | 3           | 68,6            | 267,1            | 5,19                      |
| 2003         | 4           | 89,5            | 340,3            | 5,07                      |
| 2004         | 5           | 92,8            | 353,2            | 5,07                      |
| 2005         | 6           | 114,6           | 476,1            | 5,54                      |
| 2006         | 7           | 123,8           | 522,7            | 5,63                      |
| <b>TOTAL</b> |             | <b>564,8</b>    | <b>2.287,4</b>   | <b>5,44</b>               |

Fuente: Cámara de Comercio de España  
Elaboración: Carlos Vivas

La cotización de los caracoles oscila de acuerdo a la estación del año, entre enero y abril los precios alcanzan la cotización más baja, nunca inferior a los 3.00 dólares por kilo y pueden llegar a los 8.15 dólares en temporada alta.

El precio de FOB promedio que cobra un exportador ecuatoriano de caracoles es de USD 5.44 por Kg. Teniendo en consideración que en el mercado no se establece una mayor diferenciación del producto, la empresa ha considerado ingresar al mercado con una política de precios igual al precio promedio cobrado por lo demás exportadores ecuatorianos.

Es importante mencionar que sobre la base de una producción continua y con volúmenes iguales o mayores a la tonelada mensual es muy fácil manejar el precio y no influiría para nada el período de contra estación; es decir, se podría obtener precios de hasta 8 dólares el kilo de caracoles vivos.

Es importante recalcar que al comprador del exterior aparte de interesarle la calidad del producto y la cantidad, le interesa el cumplimiento de los plazos de entrega, además que el helicultor mantenga su oferta en forma permanente.

## 2.10 Canales de Distribución

Básicamente, existen dos formas de canalizar la venta de la producción hacia el exterior:

- La que el helicultor establece en común acuerdo con el importador, mediante un convenio preestablecido de coparticipación, donde una parte produce y la otra compra, teniendo asegurada la venta.
- Donde el helicultor canaliza la venta de su producción por intermedio de un ente de comercialización o alguna asociación de productores.

### a. Selección del canal

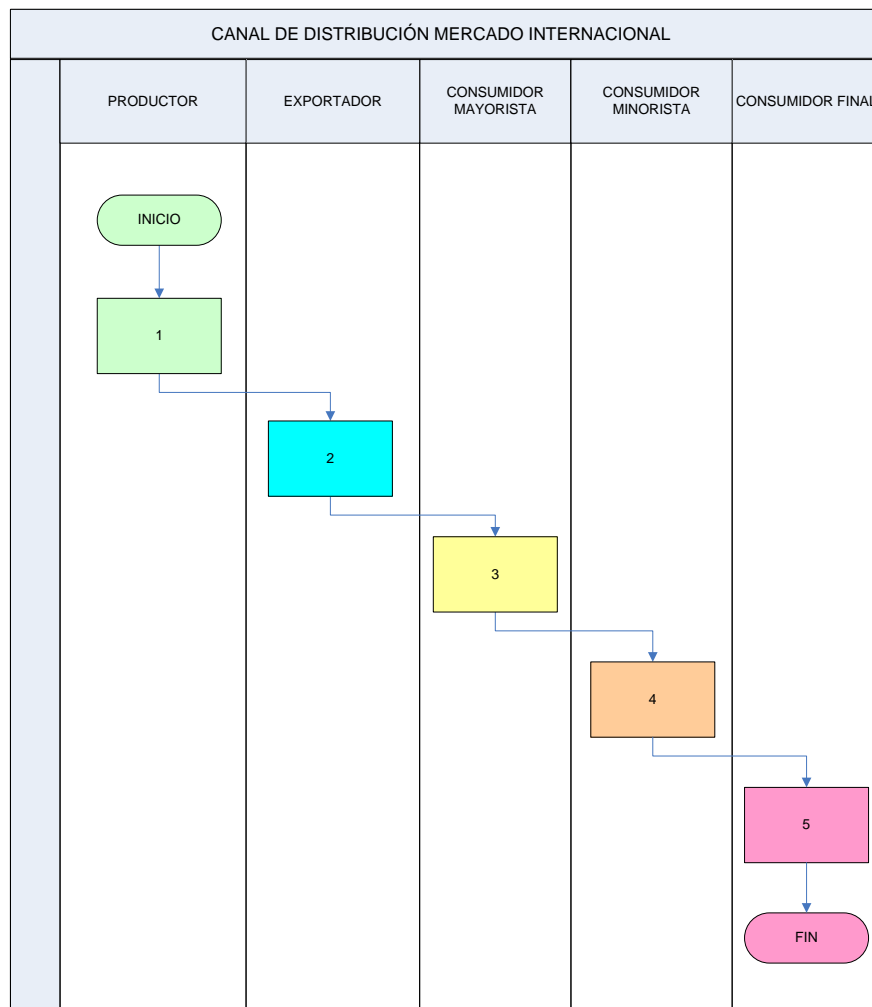
Para la selección del canal de distribución se debe tomar en cuenta el tipo de salida que se requiere para el producto, la intensidad de abastecimiento, el control que se tiene sobre el mercado y el costo de los canales alternativos de distribución. De acuerdo a lo mencionado anteriormente y teniendo en cuenta que el proyecto está orientado a la exportación, se ha decidido que la empresa realizará sus operaciones de comercialización directamente con un importador español (canal directo), que por lo general se tratan de empresas importadoras de caracoles a gran escala.

Para exportar se han definido los pasos que se detallan a continuación:

- Se conocerá al comprador en el exterior, para pactar las condiciones de envíos, cantidades y plazos.
- La forma de envío de la mercadería será en la presentación: Vivos.
- El transporte de la mercadería desde el centro de producción hacia el puerto de salida será proporcionada por la Agencia de Aduana, conforme a los procedimientos operacionales.
- Previo al embarque el comprador del exterior, deberá remitir a un banco de Latacunga la documentación de pago (carta de crédito).
- Es importante destacar, que la mercadería a exportar se embarca directamente en las gavetas plásticas, sin existir una limitación en cuanto a la cantidad de carga a embarcarse.

### 2.10.1 Flujo de comercialización del caracol terrestre hasta el consumidor final

**Gráfico 2.9**  
**Canal de Distribución Mercado Internacional**

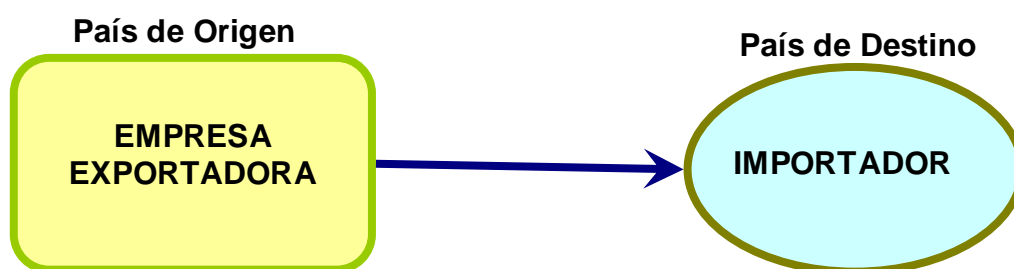


Fuente: CATEORA Philips Robert, Marketing Internacional  
Elaboración: Carlos Vivas

### 2.11 Estrategia Comercial

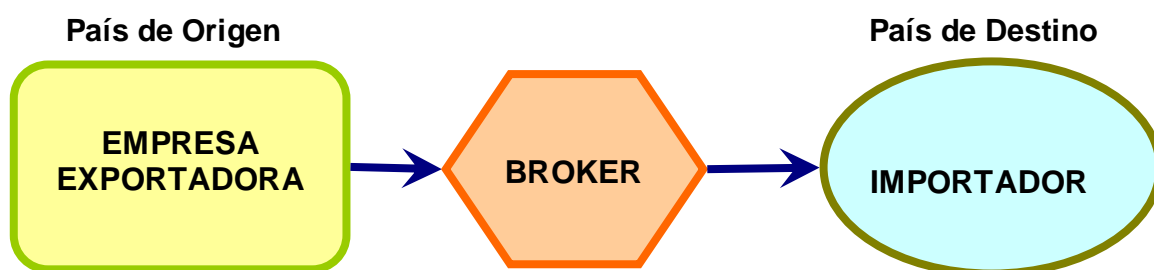
La distribución de los productos puede realizarse mediante dos vías, las cuales se diferencian por el uso o no de un intermediario.

### DISTRIBUCIÓN DIRECTA



Se debe precisar que la empresa también puede exportar a través de un broker al país de destino.

### DISTRIBUCIÓN INDIRECTA



#### 2.11.1 Promoción

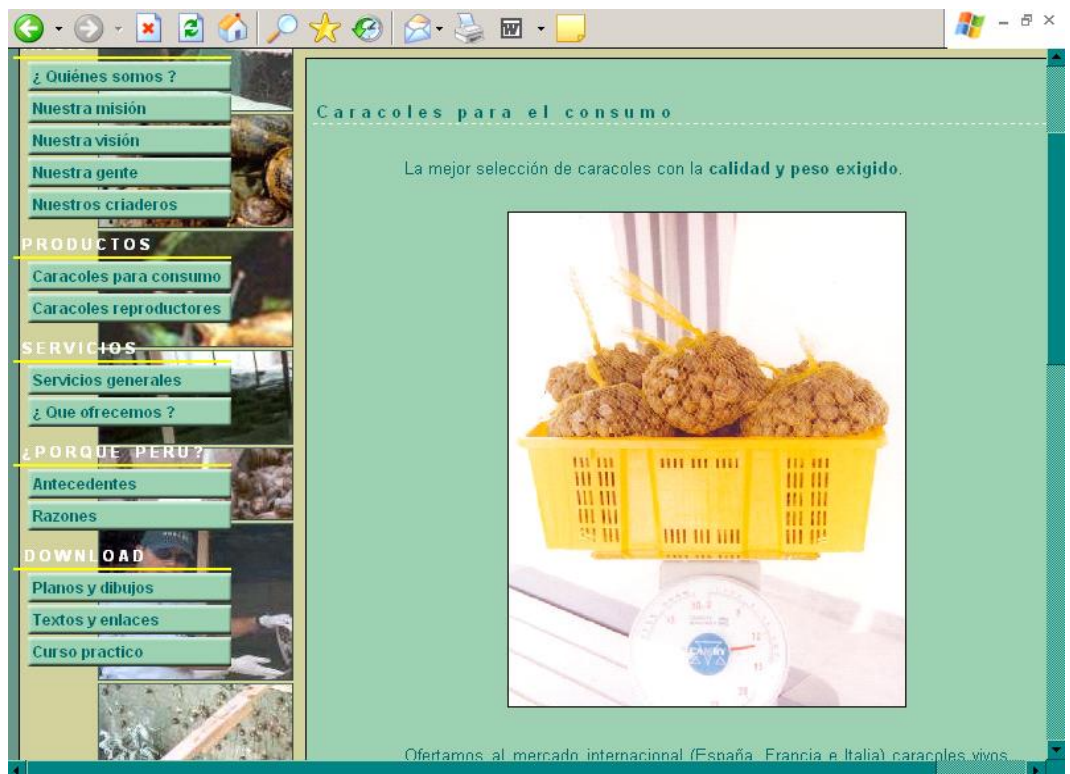
De acuerdo a la investigación, las empresas exportadoras de caracol a nivel mundial emplean principalmente los siguientes medios de promoción: Internet, catálogos de oferta exportable, ferias de hostelerías y/o alimentos, y misiones comerciales.

##### 1. Internet

Este es sin duda el medio de mayor alcance y que brinda la oportunidad de proporcionar gran cantidad de información, la cual permanece disponible a todo momento. Además de las ventajas mencionadas es un medio rápido y que brinda la oportunidad de una rápida retroalimentación.

Existen dos modalidades de promoción de internet: a través de la página web de la misma empresa o a través de los portales web donde un importador interesado puede realizar una búsqueda sistemática.

A continuación se detalla un ejemplo de una web de caracoles de tierra.



## 2. Ferias

Las ferias constituyen otro medio importante para la promoción de los productos en el exterior. Presentan la ventaja de permitir establecer un vínculo personal entre la empresa exportadora y sus potenciales clientes, lo que a su vez permite conocer al detalle las necesidades de éstos. Además, las ferias brindan la oportunidad de exhibir tácitamente los productos.

En el caso de la promoción de caracoles terrestres, se considera que las ferias más adecuadas son las ferias especializadas en alimentos y bebidas, o aquellas especializadas en hotelería. Cabe mencionar que los españoles son los que más gastan en alimentación en la Unión Europea y que el sector de Hotelería y Restaurantes cuenta con 236.375 establecimientos y realizó en el año 2006 un gasto total de 18,7 millones de Euros.

La investigación permitió seleccionar las siguientes ferias que se realizarán en el 2007 en el territorio español, que es el mercado señalado como objetivo:

***Interalimed – Feria Internacional de la Alimentación Mediterránea***

Lugar: Valencia

Esta feria es un evento de carácter profesional y abarca todo el sector alimento y las industrias afines. En la *Interalimed* gran parte del producto expuesto estará dirigido a satisfacer las necesidades del sector hotelero. Así, incluirá:

- Salón de la gastronomía italiana.
- Mostr Alimed: Salón de la Innovación.
- Vinos cotidianos.
- Denominaciones de origen.
- Regiones alimentarias del Mediterráneo.
- Alimentación y Maquinaria para restaurantes, hotelería y comercio minorista.
- Alimentación preparada.

***SAL 2007 – Semana de la Alimentación de Madrid – Todos lo rubros Alimentarios***

Lugar: Madrid

Esta feria será un evento muy importante para el sector alimentación, hotelería y equipamiento.

La *SAL 2007* se enfoca en los siguientes rubros:

- Alimentación no perecedera.
- Alimentación perecedera.
- Bebidas

***Semana Verde de Galicia, Feria Internacional de Galicia***

Lugar: Galicia

Esta es una de las ferias españolas más importantes en referencia a las empresas que, como la nuestra, buscan lograrse un lugar en el mercado español.

La Fundación Semana Verde de Galicia es la institución española sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es la promoción de los intercambios comerciales entre empresas de la región y las de otros países y continentes. Durante los últimos 25 años ha proporcionado a empresas de todo el mundo, y muy especialmente de Latinoamérica, una plataforma para la entrada en los mercados españoles y europeos.



Los visitantes de esta feria son:

- Directivos de centrales de compra.
- Directivos de distribución alimentaria minorista.
- Empresarios de comercio minorista: supermercados y tiendas independientes.
- Empresarios de tiendas especializadas de alimentación.
- Agentes distribuidores de productos alimentarios.
- Prescriptores: Periodistas, publicistas, expertos e investigadores.
- Industriales del sector agroalimentario.
- Comercialización de equipos e instalaciones para la industria agroalimentaria.

### ***Alimentaria Barcelona, Feria de Barcelona***

Lugar: Barcelona

Este es el evento internacional por excelencia, actúan expositores de la Unión Europea (siendo las principales: Portugal, Francia, Italia, Alemania y el Reino Unido) y numerosas representaciones de Latinoamérica y del Maghreb. Alimentaria Barcelona constituye una referencia principal para los operadores de la distribución moderna y las empresas de importación y exportación. En las ediciones precedentes se ha registrado un notable incremento de profesionales pertenecientes a sectores colaterales como la hotelería y los restaurantes. Otros canales como las tiendas especializadas, gourmet, delicatessen, traiteur y franquicias de alimentación constituyen nuevas oportunidades de negocio.

### **3. Catálogo de Oferta Exportable**

Este es otro de los medios que se puede emplear para la promoción de los caracoles terrestres. La CORPEI publica anualmente el directorio (versión impresa) de oferta exportable en español e inglés, el cual es distribuido a nuestros consulados y embajadas. Este catálogo contiene además de los datos generales de la empresa, su logotipo y la fotografía de alguno de sus productos mas representativos.

Consultando el directorio de la CORPEI encontramos que hasta el momento solo figuran 4 empresas ecuatorianas exportadoras de caracol:

| <b>Empresa</b>     | <b>Contacto</b>  | <b>Telf</b> | <b>Fax</b>  | <b>e-mail</b>           | <b>Ciudad</b> |
|--------------------|------------------|-------------|-------------|-------------------------|---------------|
| Akarak             | Yanira Delgado   | 02 2801-450 | 02 2801451  | escargot@accses.net.ec  | Quito         |
| B2B                | Carlos Ramírez   | 04 2386-644 |             | caramirez@hotmail.com   | Guayaquil     |
| Helicol            | Alexis Sánchez   | 04 2870-792 | 04 2870-791 | helicol@andinanet.net   | Guayaquil     |
| Maná Escargot S.A. | Franklin Sánchez | 05 2632-375 |             | franklinsp@engineer.com | Manta         |

# CAPITULO III

## ESTUDIO TÉCNICO

### **3.1 Efectos económicos de la ingeniería en el proceso de producción**

El estudio de ingeniería nos permitirá determinar como utilizar los recursos dentro del proceso de producción, para lo cual se analizan los diferentes métodos de producción, con sus tecnologías, y se los asocia con el proceso productivo, del mismo que se derivan los requerimientos de maquinaria y equipos, que en el caso del presente proyecto no son muy sofisticados.

Los valores a invertirse, los costos e ingresos, son el producto del proceso productivo y la tecnología utilizada, es así que la inversión en obra física está determinada por la distribución del espacio principalmente, además es necesario considerar una posible ampliación futura de la planta.

Los cálculos que se realizan para cubrir los requerimientos de obra física, así como la localización preferencial principalmente del puerto de embarque de las exportaciones serán las más convenientes, aún si en el peor de los casos, económicamente hablando, sean las opciones más caras.

En el caso particular de este proyecto, el proceso de producción no se ajusta exactamente a la definición del mismo, ya que la transformación del producto no se produce, como tal, sino que se desarrolla a través del ciclo de vida de l caracol principalmente, más ciertos procesos adjuntos, que permitirán presentarlo como un producto para exportarse de acuerdo a lo recomendado en el estudio de mercado, es decir, caracol vivo, que se producirá mediante la tecnología que optimice los resultados.

### **3.2 Elección de alternativas Tecnológicas**

#### *Sistemas de Cría*

La demanda de caracoles terrestres con destino a la alimentación, puede decirse que se viene realizando desde el nacimiento del Imperio Romano. Una de las formas de prepararlos, era simplemente a las brasas, en la actualidad se los prepara con salsas o

se los sirve individualmente en sus caparazones con ajo y mantequilla. Antiguamente, los caracoles eran obtenidos por los recolectores directamente de las zonas naturales de cría. En la actualidad, para la creciente demanda internacional de estos moluscos, los países con antecedentes de consumo han implementado a través de los años distintos tipos de criaderos. Puede decirse que existen tres formas básicas: El abierto, donde el caracol, (lógicamente cercado) se reproduce, nace y crece. Este tipo, es el más usado en Italia (97 %) y también en España siendo denominado “criadero abierto a ciclo biológico completo”.

### *Sistema de Cría Abierto*

Este tipo de criadero está relacionado casi en un 80% con la actividad agrícola siendo de fácil adaptación dadas las características sociales y geográficas de nuestro país, posee otras ventajas como la de optimizar la mano de obra para la (limpieza, sanidad y alimentación), la alimentación, el habitáculo y la protección están constituidos especialmente por los vegetales cultivados directamente en el lugar, contribuyendo a mejorar la calidad de las carnes (menos húmedas).

El sistema abierto se adapta bien a las características climáticas del país, es de bajo costo y no presenta dificultades de manejo, sin embargo no se recomienda aplicar este sistema ya que en nuestro país el sol es demasiado fuerte y puede llegar a diezmar la población en cuestión de días, por otro lado en este tipo de instalación se corre el riesgo de que ingresen al interior del recinto depredadores, reptiles, aves e insectos; por tanto es conveniente utilizar el mismo diseño de los parques pero bajo cubierta (invernaderos), a este sistema se lo conoce como sistema mixto francés.

### *Sistema de Cría en Recintos Cerrados*

Se realiza en recintos cerrados, en mesas de cría de planos verticales lo que permite incrementar considerablemente la superficie de cría y obtener el mayor aprovechamiento de la superficie del local.

El ambiente de estas salas estará totalmente controlado respecto a la temperatura 18° C / 20° C, humedad 75% / 90% y foto período de 12 horas luz y 12 horas oscuridad de manera de lograr el microclima ideal.

Es necesario mantener un estricto control de la higiene, del alimento y de los parámetros climáticos para obtener éxito.

El sistema en recintos cerrados es teóricamente el sistema que más rendimiento por unidad de superficie produce, además de permitir la instalación de criaderos en regiones donde las condiciones climáticas no le son favorables. No obstante ello se necesita mayor cantidad de mano de obra que los demás sistemas, existe una mayor manipulación de los caracoles sobre todo de los bebés, los mismos que sufren maltrato, estrés, y como consecuencia de adultos presentan malformación de las conchas, afectando considerablemente la rentabilidad de la explotación, por tanto no es recomendable.

En este sistema se maneja la fase de reproducción en recintos cerrados y la fase de crecimiento y engorde en parques al aire libre.

### *Sistema de cría mixto*

Los sistemas de cría mixtos son en este momento los más adecuados para una explotación controlada de caracoles por su menor costo en comparación con el sistema de cría en ambientes cerrados. Se caracteriza porque parte del proceso productivo se desenvuelve en un laboratorio de ambiente controlado en donde se maneja la reproducción, aquí, los caracoles únicamente consumen balanceado y a partir de que eclosionan los caracoles bebés se colocan en parques de crecimiento y engorde diseñados en el interior de un invernadero.

Fundamentalmente el sistema se basa en la modificación artificial de la época de reproducción siempre que ésta se desarrolle bajo condiciones ambientales controladas, el Ecuador por su ubicación geográfica goza de un clima primaveral los 365 días del año, pudiendo producir en cualquier época, empezando por la fase de reproducción, de esta forma se logra disponer de las crías de acuerdo a la demanda que registran los países consumidores, momento en el que se procede a la puesta en marcha el manejo de los reproductores los mismos que previamente han sido seleccionados y dado el caso colocados en salas de hibernación (cuartos fríos) a temperaturas que oscilan entre 4 y 7 grados centígrados, aquí permanecen alrededor de tres meses, para luego sacarlos al área de reproducción en donde comenzarán el ciclo productivo según lo planificado.

### **3.3 Determinación del tamaño de la granja**

La determinación del tamaño de una unidad productiva de este tipo, se constituye en una tarea limitada a las relaciones que existen con la demanda, disponibilidad de capital y tecnología, presentándose alternativas que se van reduciendo en número a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados y que se detallan a continuación.

*Demanda Insatisfecha.*- Un primer factor para establecer el tamaño de la granja es la demanda insatisfecha, de acuerdo con las cifras obtenidas en el estudio de mercado se puede observar un incremento pronunciado de la misma, por lo que se toman estos datos referenciales y considerando los demás factores se proyecta captar un 20% de la demanda insatisfecha, con lo que se calculará el tamaño óptimo de la granja.

**Cuadro 3.1**  
**Demanda Insatisfecha y porcentaje a captar proyectado**

| <b>AÑO</b> | <b>OFERTA PROYECTADA (Ton Métricas)</b> | <b>DEMANDA PROYECTADA (Ton Métricas)</b> | <b>DEMANDA INSATISFECHA (Ton Métricas)</b> | <b>20% DEM (Ton Métricas)</b> |
|------------|-----------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------|
| 2.007      | 25,2                                    | 143,5                                    | 118,22                                     | 23,64                         |
| 2.008      | 27,0                                    | 159,1                                    | 132,18                                     | 26,44                         |
| 2.009      | 28,7                                    | 174,8                                    | 146,14                                     | 29,23                         |
| 2.010      | 30,4                                    | 190,5                                    | 160,09                                     | 32,02                         |
| 2.011      | 37,4                                    | 253,3                                    | 215,91                                     | 43,18                         |

Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

*Disponibilidad de Capital.*- Las condiciones críticas en que se desenvuelve la economía ecuatoriana, hacen que éste factor sea clave para este proyecto, ya que las condiciones macroeconómicas no muestran estabilidad a largo plazo; lo que para el sentido común del inversionista indica que se debe arriesgar la menor cantidad de dinero posible, contando inclusive los préstamos monetarios que pudieran obtenerse.

*Tecnología.*- En el caso particular de la producción de caracoles, la tecnología es sencilla, aunque existen ciertas operaciones relacionadas especialmente al volumen, que la hacen distinta a la producción casera, cambiando la inversión y la forma de llevar a cabo cada una de las operaciones, lo que depende de la tecnología disponible en el mercado, la misma que será elegida no solo tomando en cuenta la ingeniería sino también contemplando el punto de vista del negocio.

### **3.4 Determinación de las áreas de trabajo necesarias**

Para determinar las áreas de trabajo, se hace las consideraciones más allá del proceso productivo y tomando en cuenta también de que se trata de un proyecto microempresarial, con una planificación amplia, que permita el crecimiento de la empresa si las condiciones del mercado y las facilidades de financiamiento lo permiten.

Por lo tanto, es necesario calcular el tamaño de cada una de las áreas donde se desarrollarán todas las actividades productivas y administrativas de la empresa, distribuyendo las áreas en el terreno disponible, de forma que se minimicen los recorridos de materiales y que haya seguridad y bienestar para los trabajadores.

De acuerdo a lo expuesto, la granja debe tener una distribución básica del criadero, áreas accesorias y equipos, que facilitarán las labores tanto de producción como de administración de la empresa, la misma que se detallan a continuación.

Distribución básica del criadero:

- Invernadero de reproducción.
- Galpón de incubación-eclosión.
- Invernadero de crecimiento y engorde.
- Área de operculación.

Áreas Accesorias:

- Zona de recepción y embarque de materiales
- Oficinas administrativas
- Sanitarios para el área de producción
- Sanitarios para las oficinas
- Sala de elaboración y preparación de alimentos y gabinete de almacenaje.
- Sector estanco de residuos.

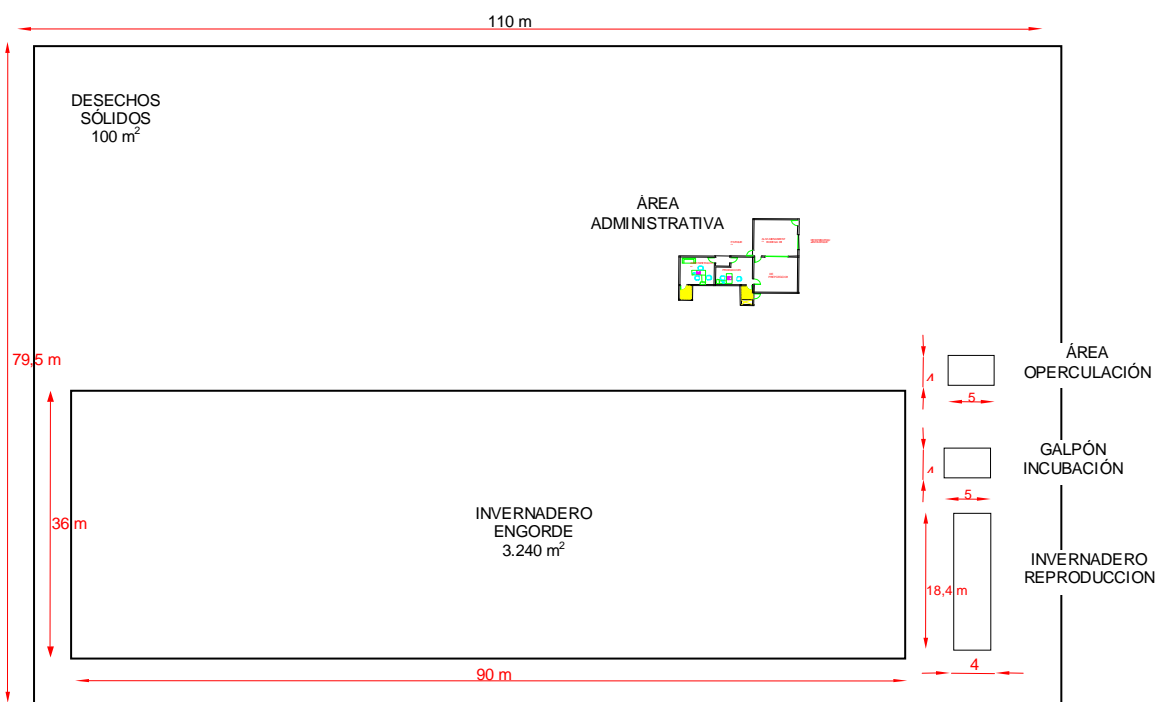
La suma de las áreas requeridas para las diferentes instalaciones representa un total de 8.740 m<sup>2</sup>, que equivale a casi una hectárea de terreno. La adquisición de la totalidad del terreno dependerá de las superficies disponibles en el lugar escogido y de la disponibilidad de dinero, además, en la tabla se ha considerado un espacio de expansión en caso de producirse un crecimiento futuro.

**Cuadro 3.2**  
**Resumen de las áreas requeridas para instalaciones**

| INSTALACIÓN                                       | ÁREA (m <sup>2</sup> ) |
|---------------------------------------------------|------------------------|
| Invernadero de Reproducción                       | 74,0                   |
| Galpón de Incubación                              | 20,0                   |
| Invernadero de Crecimiento y Engorde              | 3.240,0                |
| Área de Operculación                              | 20,0                   |
| Patio de embarque de materiales y estacionamiento | 200,0                  |
| Oficinas Administrativas                          | 30,0                   |
| Sanitarios Producción                             | 8,0                    |
| Sanitario Oficinas                                | 4,0                    |
| Bodega almacenaje y preparación alimento          | 44,0                   |
| Área de desechos sólidos                          | 100,0                  |
| Áreas verdes (expansión)                          | 5.000,0                |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>8.740,0</b>         |

Fuente: Investigación directa  
 Elaboración: Carlos Vivas

**Gráfico 3.1**  
**Implantación arquitectónica de la Granja**



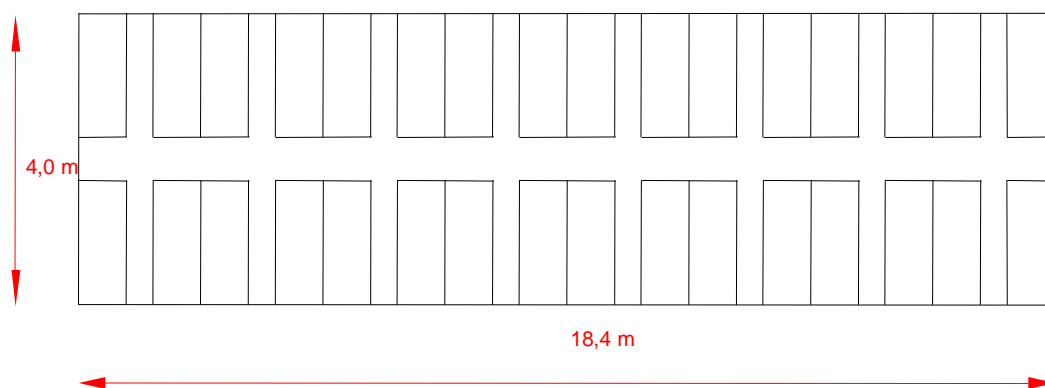
Elaboración: Carlos Vivas



### 3.5 Descripción de las Instalaciones

- Zona de recepción y embarque de materiales.- Con un área suficiente para que maniobre un camión de 5 toneladas.
- Invernadero de reproducción.- La fase de reproducción se desarrolla en un invernadero 74 m<sup>2</sup>, en el cual se utilizan habitáculos de madera en forma de caja, con dimensiones de 1.70 m de largo, 0.90 m de ancho y 0.40 m de alto, donde entran 400 reproductores, (en el piso va malla plástica diamante #20, lo que permite que las deyecciones caigan al piso, facilitando la limpieza). El piso en este invernadero debe ser encementado, con una inclinación de 4-5 % hacia un canal de desagüe por donde éstas se evacuan.

**Gráfico 3.2**  
**Plano del Invernadero de Reproducción**



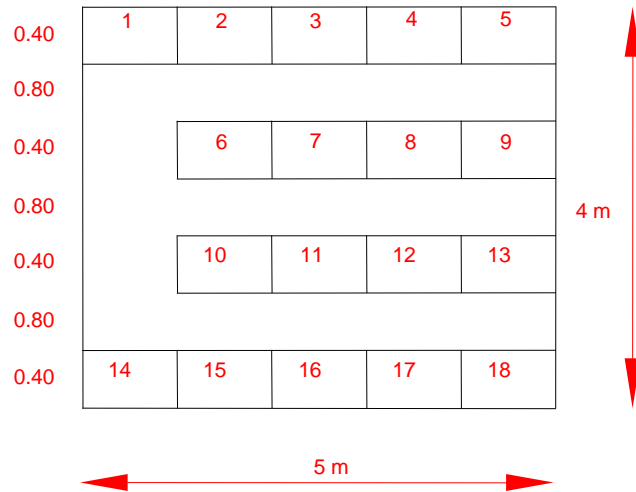
Elaboración: Carlos Vivas

**Fotografía 3.1**  
**Habitáculo de madera para reproducción**



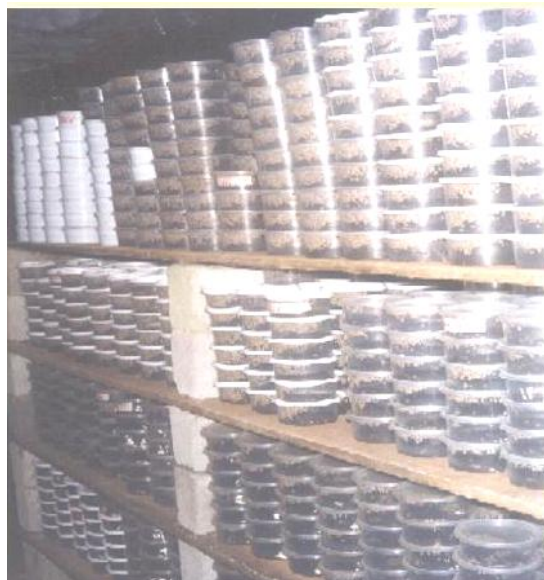
- Galpón de incubación.- Consta de una construcción prefabricada, de 20 m<sup>2</sup>, donde se ubicarán 18 estanterías modulares con capacidad para 1.000 tarrinas en cada una, las mismas que contienen los huevos en proceso de incubación.

**Gráfico 3.3**  
**Plano del Galpón de Incubación**



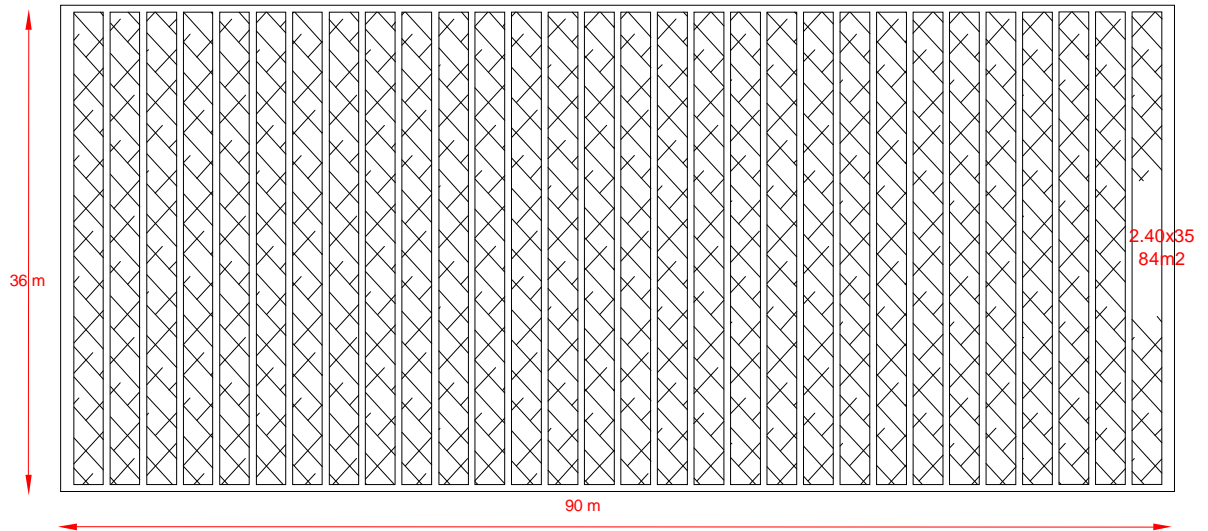
Elaboración: Carlos Vivas

**Fotografía 3.2**  
**Estanterías con tarrinas en el galpón de incubación**



- Invernadero de Crecimiento y Engorde.- Abarca un área de 3.240 m<sup>2</sup>, donde se distribuyen 30 parques (camas) de engorde de 84 m<sup>2</sup> cada uno.

**Gráfico 3.4**  
**Plano del Invernadero de Crecimiento y Engorde**



Elaboración: Carlos Vivas

**Fotografía 3.3**  
**Invernadero con parques de engorde**

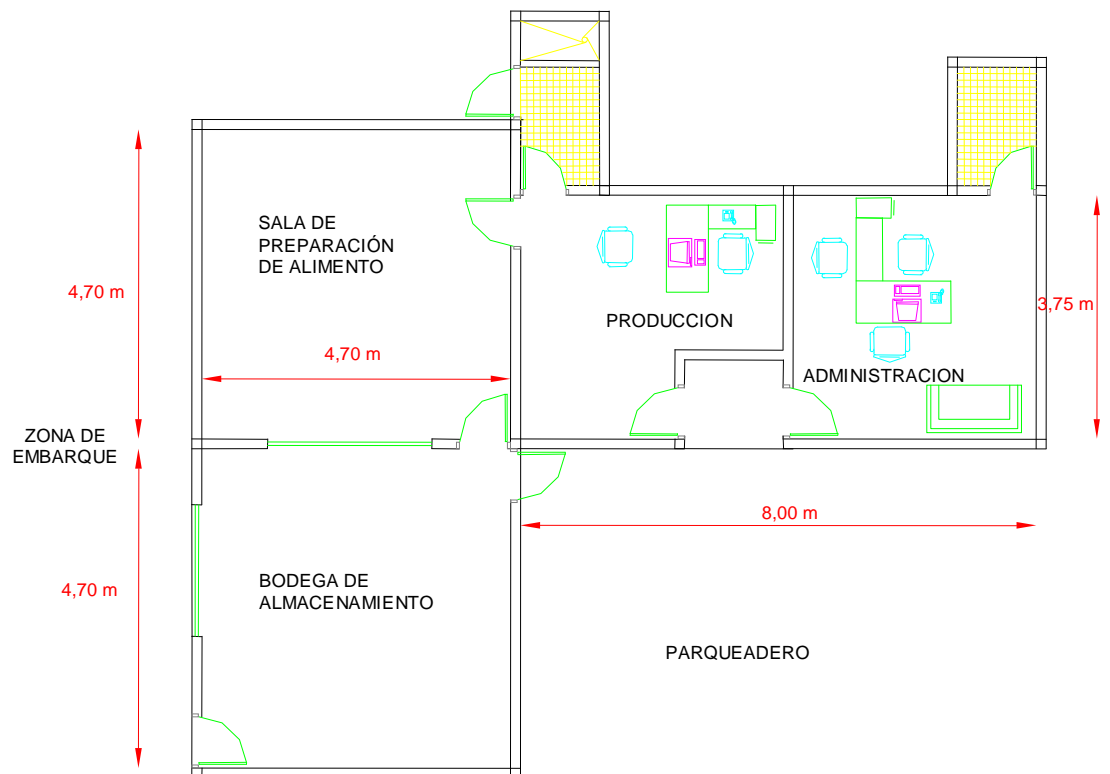


- Área de Operculación.- Debe contener cubierta de planchas translúcidas para permitir el paso de la luz solar y evitar que se mojen los caracoles. (1.50 m de plástico en la parte baja y la parte superior con sarán 40 % para aireación). Cajas de plástico con capacidad de 20 Kg. Cada una (aprox. 3.000 caracoles por caja), las mismas que serán apiladas en grupos de 6 (alto).

- Oficinas.- La superficie para este fin se calcula en 30 m<sup>2</sup>, de acuerdo a la cantidad de personal que se muestra en el organigrama de la empresa y considerando que el reglamento de construcciones señala como aconsejable al menos 3 m<sup>2</sup> de área libre por cada oficinista.

### Gráfico 3.5

#### Plano del área administrativa, bodega y sala de preparación de alimento



Elaboración: Carlos Vivas

- Sanitarios para el área de producción.- El reglamento de construcciones establece que en industrias con hasta 20 trabajadores que intervengan en procesos que manejen alimentos, deberá existir un sanitario por cada 8 trabajadores del mismo sexo, la misma cantidad de lavabos y la instalación de una ducha, que obliga a un área de vestidores, por lo que se instalará un sanitario con lavabo y ducha, en una superficie total ocupada de 8 m<sup>2</sup>.
- Sanitarios para las oficinas.- Basados en el mismo reglamento de construcciones, se instalará un sanitario con lavabo, que ocupa 4 m<sup>2</sup>.
- Sala de elaboración y preparación de alimentos y gabinete de almacenaje de balanceado, cubetas, mallas y tarrinas, para la que se asigna un área de 44m<sup>2</sup>.

- Sector estanco de residuos.- Consta de un área abierta de aproximadamente 100m<sup>2</sup> en un sector marginal del terreno.

### 3.6 Insumos necesarios para el proceso de producción

Los insumos necesarios para el proceso no sólo son las materias primas sino, además, los equipos, mano de obra, servicios como la energía eléctrica, y otros, necesarios para poder cultivar los caracoles, los mismos que se detallan a continuación:

#### 3.6.1 Requerimientos de Materia Prima

La materia prima que se considera como tal, está constituida por los caracoles reproductores que serán adquiridos en el inicio del proyecto, así como el alimento balanceado que será consumido por los mismos y adicionalmente el que será consumido por los demás caracoles en las diferentes etapas de crianza.

**Cuadro 3.3**  
**Cantidad anual y pronósticos de materia prima**

| <b>Año 1</b>      | <b>Unidad</b> | <b>Cantidad</b> |
|-------------------|---------------|-----------------|
| Reproductores     | caracol       | 18.000          |
| Balanceado tipo A | Kg            | 3.423           |
| Balanceado tipo B | Kg            | 3.850           |
| Balanceado tipo C | Kg            | 4.375           |
| <b>Año 2</b>      | <b>Unidad</b> | <b>Cantidad</b> |
| Reproductores     | caracol       | 15.000          |
| Balanceado tipo A | Kg            | 3.454           |
| Balanceado tipo B | Kg            | 4.483           |
| Balanceado tipo C | Kg            | 5.688           |
| <b>Año 3</b>      | <b>Unidad</b> | <b>Cantidad</b> |
| Reproductores     | caracol       | 16.100          |
| Balanceado tipo A | Kg            | 3.722           |
| Balanceado tipo B | Kg            | 4.785           |
| Balanceado tipo C | Kg            | 6.125           |
| <b>Año 4</b>      | <b>Unidad</b> | <b>Cantidad</b> |
| Reproductores     | caracol       | 19.000          |
| Balanceado tipo A | Kg            | 4.411           |
| Balanceado tipo B | Kg            | 5.500           |
| Balanceado tipo C | Kg            | 7.263           |
| <b>Año 5</b>      | <b>Unidad</b> | <b>Cantidad</b> |
| Reproductores     | caracol       | 26.000          |
| Balanceado tipo A | Kg            | 5.771           |
| Balanceado tipo B | Kg            | 7.700           |
| Balanceado tipo C | Kg            | 9.625           |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Carlos Vivas

### 3.6.2 Equipos Necesarios para el funcionamiento de los invernaderos

Para ejecutar las operaciones descritas en el proceso de producción, se requiere de equipos que han sido cotizados en el mercado local (Anexo “C”), los mismos que se muestran en el siguiente cuadro:

**Cuadro 3.4**  
**Equipos necesarios para el cultivo de caracoles**

| Actividad                                               | Equipo              | Cantidad |
|---------------------------------------------------------|---------------------|----------|
| Control de temperatura en invernaderos                  | Higrómetro          | 3        |
| Control de temperatura en invernaderos                  | Termómetro          | 3        |
| Pesado de caracoles en mallas                           | Balanza electrónica | 2        |
| Control de malas hierbas y plagas en los invernaderos   | Bomba de Fumigar    | 2        |
| Mantenimiento de niveles de humedad en los invernaderos | Sistema Aspersión   | 1        |
| Labores agrícolas                                       | Herramientas        | 1        |

Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

### 3.6.3 Requerimientos de Materiales Indirectos y Servicios Básicos

Los insumos que servirán principalmente para las fases de incubación y comercialización, se indican en el Cuadro 3.5, así como los consumos referenciales de servicios básicos en el Cuadro 3.6:

**Cuadro 3.5**  
**Materiales necesarios para el cultivo de caracoles**

| Concepto         | Cantidad |
|------------------|----------|
| Mallas plásticas | 2.500    |
| Etiquetas        | 2.500    |
| Gavetas          | 250      |
| Tarrinas         | 15.000   |

Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

**Cuadro 3.6**  
**Servicios Básicos**

| Concepto          | Mes | Anual |
|-------------------|-----|-------|
| Energía Eléctrica | 120 | 1.440 |
| Agua              | 110 | 1.320 |
| Teléfono          | 80  | 960   |

Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

### 3.6.4 Cálculo de Mano de Obra

Para determinar la cantidad de obreros que participarán directamente en las actividades productivas, se toma en cuenta las actividades que se representan en el diagrama de flujo que consta en el Gráfico 3.8, los tiempos se contabilizan según el desarrollo de las diferentes etapas necesarias para la obtención de 550.000 caracoles que representarán 5.500 Kg en el primer ciclo de producción (Anexo “D”).

**Cuadro 3.7**  
**Obreros de planta requeridos**

| OBREROS DE PLANTA (2) |               |                 |                      |               |                 |
|-----------------------|---------------|-----------------|----------------------|---------------|-----------------|
| SUELDO BASICO         | 170,00        | Año 1           | SUELDO BASICO        | 170,00        | Año 2           |
| Décimo tercer sueldo  | 14,17         |                 | Décimo Tercer        | 14,17         |                 |
| Aporte Patronal IESS  | 20,66         |                 | Aporte Patronal IESS | 20,66         |                 |
| Décimo Cuarto         | 14,17         |                 | Décimo Cuarto        | 14,17         |                 |
| Vacaciones            | 7,08          |                 | Vacaciones           | 7,08          |                 |
|                       |               |                 | Fondos de Reserva    | 14,17         |                 |
| <b>TOTAL</b>          | <b>226,07</b> | <b>5.425,72</b> | <b>TOTAL</b>         | <b>240,24</b> | <b>5.765,72</b> |

Se necesitan 25 Obreros ocasionales para los dos días de recolección a USD 10 diarios por c/u

Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

**Cuadro 3.8**  
**Mano de Obra Directa Necesaria**

| Concepto            | Costo/Mes       | Semestre        |
|---------------------|-----------------|-----------------|
| Obreros de Planta   | 452,14          | 2.712,86        |
| Obreros Ocasionales | 500,00          | 500,00          |
| Jefe de Producción  | 797,90          | 4.787,40        |
| <b>TOTAL</b>        | <b>1.297,90</b> | <b>8.000,26</b> |

Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

**Cuadro 3.9**  
**Mano de Obra Indirecta Necesaria**

| Concepto             | Costo/Mes       | Semestre        |
|----------------------|-----------------|-----------------|
| Jefe Administrativo  | 886,72          | 5.320,32        |
| Jefe Comercial       | 388,12          | 388,12          |
| Guardia              | 363,19          | 2.179,14        |
| Contador             | 450,45          | 450,45          |
| Servicio de limpieza | 226,08          | 226,08          |
| <b>TOTAL</b>         | <b>2.314,55</b> | <b>8.564,10</b> |

Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas



### **3.7 Localización de la granja**

La localización adecuada de un negocio es determinante y puede conducir al éxito o fracaso del mismo, por ello la decisión acerca de donde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales, por lo tanto, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto, tomando en consideración las variables que influyen en el tamaño y localización de la granja productora de caracoles para exportación.

#### **3.7.1 Variables determinantes en la localización**

Antes de ver que opciones se puede tener para la elección de la localización del criadero, es necesario establecer cuales son los factores claves que van a influir en las instalaciones, para garantizar un desarrollo adecuado del proyecto, entre los que se cita a los siguientes:

##### **a) Clima**

El factor clima es esencial para la crianza de caracoles de tierra de la especie *Helix Aspersa*, pues las condiciones medio ambientales requeridas exigen un grado de humedad necesario tanto para la reproducción como crecimiento del molusco. Desde este punto de vista, una gran parte de la serranía y costa ecuatoriana, cumplen con dichos requisitos ambientales.

Sin embargo, esto no se constituye en un limitante para el desarrollo del proyecto, pues existen sistemas de riego controlados que pueden mantener el nivel de humedad adecuado, ampliando nuestro horizonte de alternativas para la localización de la granja.

##### **b) Condiciones del suelo**

Se necesitan condiciones especiales del suelo, ya que los caracoles pasan gran tiempo sobre o dentro de él. Se necesita que el suelo no sea muy duro, pues esto les impide poder hacer los nidos que necesitan para realizar la ovo posición (puesta de huevos).

c) Agua

La disponibilidad de agua es un factor esencial para determinar la ubicación del criadero, pues ésta no sólo será necesaria para el proceso de crianza en sí, sino también para corregir los posibles cambios en el microclima que se debe mantener. Con el agua se puede regular el nivel de humedad requerido.

d) Precio del terreno

Al necesitarse un terreno relativamente amplio (aproximadamente 1 Ha), el precio del terreno adquiere importancia sobre todo al momento de la inversión inicial. Este factor también podrá determinar la elección entre una operación de compra o alquiler del terreno donde se localizará la criadero.

e) Mano de obra

La disponibilidad de la mano de obra y el costo de la misma, es otro factor a tener en cuenta. Desde esta perspectiva, la provincia de Cotopaxi, representa una alternativa atractiva.

Otro aspecto a considerar dentro de este factor, es la familiaridad de la mano de obra con esta labor, donde vuelve a sobresalir esta provincia.

f) Disponibilidad de los insumos

Aunque el tiempo de rotación de los mismos es largo, es otro factor a considerar, pues esto ayudará tener asegurado el alimento de los caracoles, que se constituye en el insumo principal.

g) Tranquilidad del lugar

Tomando en cuenta la experiencia de los helicicultores consultados en el desarrollo de esta investigación, se puede decir, que el nivel de ruido afecta negativamente el proceso reproductivo del caracol de tierra. Tal es el caso que la presencia de maquinaria de construcción cerca del criadero, hace disminuir la tasa de ovo posición, experiencias que merecen ser consideradas, ya que el excesivo y fuerte ruido puede afectar el normal desenvolvimiento de estos moluscos.

### 3.7.2 Matriz de Localización de la granja

Los factores seleccionados y los pesos asignados se muestran en el Cuadro 3.3.

**Cuadro 3.10**  
**Factores y pesos para Localización de la Granja**

|   | <b>Factor</b>               | <b>Peso</b> |
|---|-----------------------------|-------------|
| 1 | Clima                       | 0,35        |
| 2 | Suelo                       | 0,17        |
| 3 | Agua                        | 0,10        |
| 4 | Precio Terreno              | 0,09        |
| 5 | Disponibilidad mano de obra | 0,07        |
| 6 | Distancia aeropuerto        | 0,12        |
| 7 | Tranquilidad del sector     | 0,06        |
| 8 | Disponibilidad de insumos   | 0,04        |
|   | <b>TOTAL</b>                | <b>1,00</b> |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Carlos Vivas

Las calificaciones se otorgan a base de los datos generales que se disponen sobre las localidades. A continuación se muestra la calificación ponderada para cada sitio.

**Cuadro 3.11**  
**Calificación Ponderada para Localización de la Granja**

| <b>Factor</b> | <b>Peso</b> | <b>CALIFICACIÓN</b>      |               |                | <b>CALIFICACIÓN PONDERADA</b> |               |                |
|---------------|-------------|--------------------------|---------------|----------------|-------------------------------|---------------|----------------|
|               |             | <b>Belisario Quevedo</b> | <b>Pujilí</b> | <b>Salcedo</b> | <b>Belisario Quevedo</b>      | <b>Pujilí</b> | <b>Salcedo</b> |
| 1             | 0,35        | 10                       | 9             | 9              | 3,50                          | 3,15          | 3,15           |
| 2             | 0,17        | 10                       | 8             | 9              | 1,70                          | 1,36          | 1,53           |
| 3             | 0,10        | 9                        | 7             | 8              | 0,90                          | 0,70          | 0,80           |
| 4             | 0,09        | 7                        | 9             | 8              | 0,63                          | 0,81          | 0,72           |
| 5             | 0,07        | 9                        | 8             | 7              | 0,63                          | 0,56          | 0,49           |
| 6             | 0,12        | 10                       | 9             | 9              | 1,20                          | 1,08          | 1,08           |
| 7             | 0,06        | 9                        | 9             | 8              | 0,54                          | 0,54          | 0,48           |
| 8             | 0,04        | 9                        | 9             | 9              | 0,36                          | 0,36          | 0,36           |
| <b>TOTAL</b>  | <b>1,00</b> | <b>73</b>                | <b>68</b>     | <b>67</b>      | <b>9,46</b>                   | <b>8,56</b>   | <b>8,61</b>    |

**NOTA.-** La calificación se asigna de acuerdo al grado de satisfacción de cada factor, en una escala de 10 a 1, disminuyendo progresivamente según este criterio.

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Carlos Vivas

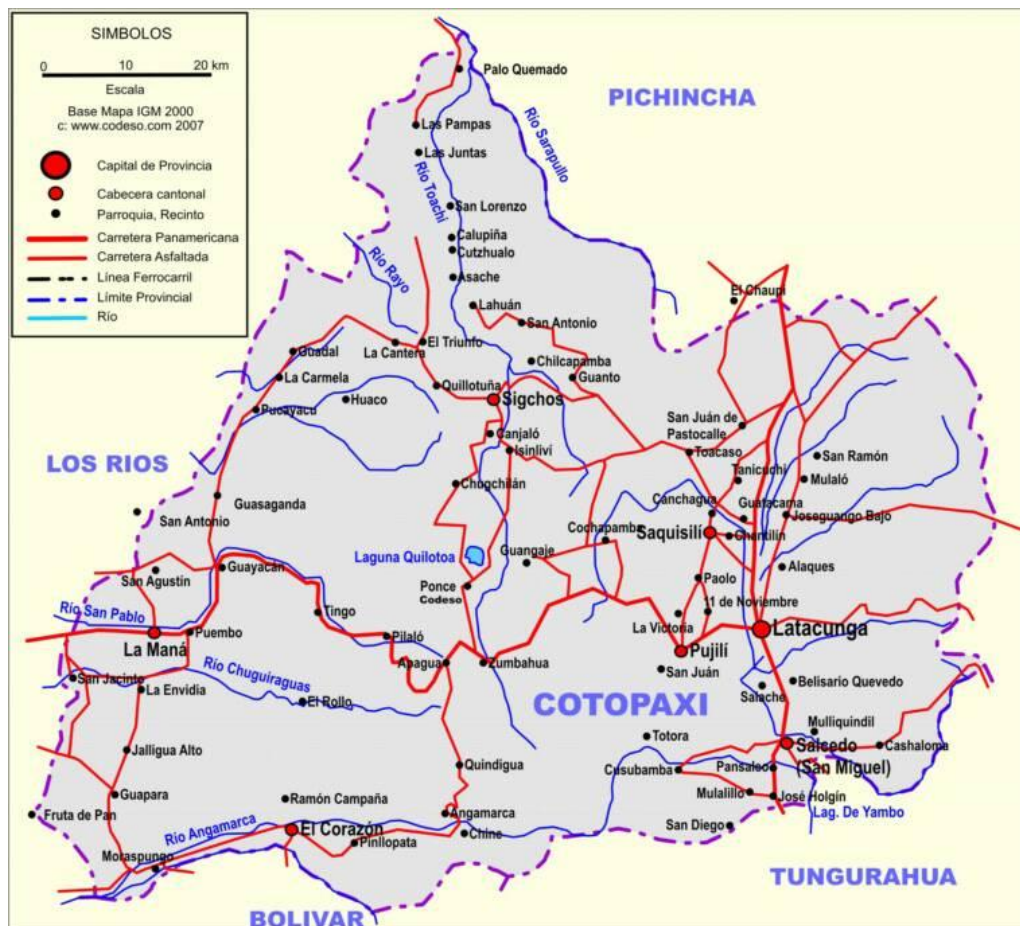
De la tabla anterior se deduce que debido a que la localidad de Belisario Quevedo, presenta mayor calificación ponderada, es la seleccionada para instalar la planta.

### 3.7.3 Localización geográfica de la granja

#### a) Macro localización

Por los factores indicados anteriormente, se puede concluir que el criadero se localizará en la provincia de Cotopaxi, por encontrar en esta macro localización todos los factores claves identificados, y por cumplirse especialmente las condiciones climáticas favorables para la crianza de caracoles.

**Gráfico 3.6**  
**Macro localización de la Granja**



Fuente: Atlas Multimedia del Ecuador - IGM 2006

Además, se debe considerar la cercanía con el Aeropuerto Internacional Cotopaxi, que favorece las operaciones de comercio exterior a realizar.

## b) Micro localización

El método de localización por puntos ponderados es el que se optará para seleccionar el lugar del criadero. Este método consiste en calificar las características que posee cada micro localización de acuerdo al porcentaje de importancia asignada a cada factor clave.

Debe señalarse que preliminarmente, se han tomado en consideración las siguientes locaciones: Salcedo, Pujilí, y Belisario Quevedo, sin embargo no se descarta que posteriormente con la profundización en la materia, se tome en consideración nuevas opciones en cuanto a la localización del criadero, como por ejemplo se puede analizar la factibilidad de La Maná, sobre el cual aun no se ha obtenido referencias.

**Gráfico 3.7**  
**Micro localización de la Granja**



Fuente: Atlas Multimedia del Ecuador - IGM 2006

### **3.8 Descripción del proceso de producción**

El negocio del caracol es algo relativamente complejo y en función de los procesos puede dividirse en tres etapas:

- a) La obtención del producto (Crianza).
- b) Su acondicionamiento para la venta.
- c) Su comercialización.

#### **3.8.1 Primera Etapa (Crianza)**

Esta etapa se inicia con la adquisición de los reproductores mediante una rigurosa selección, para luego proceder a alojarlos en los habitáculos destinados para este grupo.

##### **Fase de reproducción**

Se ubican los reproductores en cantidades de 400 (equivale a una densidad  $250/m^2$ ) en los habitáculos de madera, adicionalmente dentro de éstos se ubican 10 tarrinas para que los caracoles ovopositen.

La reproducción de los caracoles comprende tres etapas: La cópula-fecundación, con una duración promedio de 1 día, la gestación que dura aproximadamente 3 semanas, y la puesta que se desarrolla en un día, con intervalos de 5 a 10 minutos por cada huevo; en esta última fase, se requiere mucha atención, para ir retirando cada una de las tarrinas y cada vez que se retire una de ellas, se debe reemplazar inmediatamente con otra tarrina.

Cuando un caracol ha puesto, la tarrina se coloca en el galpón de incubación que mantendrá una tempera de  $20^{\circ}C$  y se cubre. Tres semanas después, aproximadamente 100 nuevos caracoles salidos del cascarón aparecen bajo la tapa, seguidamente excavan en la tierra para ascender hacia la superficie.

Normalmente, se puede esperar un rendimiento de 80 caracoles jóvenes por reproductor cada 2 meses.

##### **Fase de crecimiento y engorde**

Los caracoles bebés son trasladados desde el galpón de incubación hasta el invernadero de crecimiento y engorde, donde son distribuidos en la primera sección del invernadero que consta de 10 parques de  $84 m^2$  cada uno, en una cantidad aproximada de 1'000.000 animales, con una densidad aproximada de

1.250 bebés por m<sup>2</sup> (porcentaje de mortalidad de 12%) durante el ciclo, donde permanecen por un tiempo de cinco meses, que es el necesario para engordar a los animales, logrando una densidad de 900-950 caracoles adultos por m<sup>2</sup> al final del ciclo.

Se debe evitar que en esta fase los caracoles superen los 6 meses de edad, debido a que pueden alcanzar la madurez sexual y ovopositar, lo que restará valor económico al producto por el endurecimiento de su carne.

En esta fase se seleccionan los ejemplares que servirán de reproductores para el siguiente ciclo.

### **Manejo de las áreas de reproducción, crecimiento y engorde**

Las labores que se cumplen tanto en el invernadero de reproducción como en los parques que se encuentran dentro del invernadero de crecimiento y engorde, donde se implementan comederos normales (tablas), que a su vez sirven de refugio para los animales, son detalladas a continuación:

#### 1. Operaciones diarias

##### *Invernadero de Reproducción*

- a. Verificación de los parámetros ambientales (humedad y temperatura), de acuerdo al programa de climatización del criadero.
- b. Revisión de los sistemas de climatización, antifuga y desagües.
- c. Recolección de animales muertos y enfermos.
- d. Limpieza de comederos y bebederos.
- e. Administración de pienso y agua.
- f. Evacuación de las deyecciones.

##### *Invernadero de Crecimiento y Engorde*

Las actividades se realizan a partir del tercer mes, ya que durante los dos primeros meses se alimentan exclusivamente de las hortalizas: col de repollo, acelga, rábano forrajero y nabo, además de plantas medicinales como la menta y tomillo para mejorar el sabor de la carne, ají y marco para control biológico de plagas, sembradas en los parques.

- a. Verificación de los parámetros ambientales (humedad y temperatura), de acuerdo al programa de climatización del criadero.
- b. Revisión de los sistemas de climatización, antifuga y desagües.
- c. Recolección de animales muertos y enfermos.



- d. Limpieza de comederos y bebederos.
- e. Administración de pienso y agua.

Las deyecciones producidas en los parques no necesitan ser evacuadas diariamente, ya que los microorganismos del suelo, especialmente las lombrices se encargan de este trabajo.

## 2. Operaciones Semanales en el Invernadero de Reproducción

- a. Lavado de las cajas de reproducción con agua, y desinfección de las mismas con lejía al 10%.
- b. Desinfección del área con lejía al 10%.

## 3. Operaciones Quincenales en el Invernadero de Crecimiento y Engorde

- a. Cambio de posición de las tablas, virándolas completamente, con la finalidad de despertar a los animales y limpiar las dos superficies evitando que se produzcan focos de infección y propagación de enfermedades.

## 4. Operaciones Especiales

Son necesarias para el buen funcionamiento del criadero pero que no precisan una fecha o período de tiempo concreto, sino que dependen de la propia actividad de la explotación.

- a. Traslado de tarrinas con huevos desde el invernadero de reproducción al galpón de incubación.
- b. Traslado de las tarrinas con caracoles bebé, desde el galpón de incubación a cada uno de los parques en el invernadero de crecimiento y engorde.
- c. Recolección de caracoles que han alcanzado el tamaño comercial (78.000 caracoles con un peso promedio de 10 g por cada parque de 84 m<sup>2</sup>, que equivale a 7,8 toneladas métricas).
- d. Limpieza de los parques de crecimiento y engorde (retirar tablas, residuos de plantas, etc.)
- e. Lavado de tablas con detergente y desinfección con lejía.
- f. Secado de tablas.
- g. Desinfección del suelo (lanzallamas casero hecho con cilindro de gas, válvula reguladora y boquilla de cobre).
- h. Preparación del suelo (nivelación y remoción de la tierra)

- i. Siembra de vegetales para el siguiente cultivo (las plantas demoran dos meses en desarrollarse), esto permite la rotación de parques para obtener una producción durante todo el año.
- j. Rediseño del parque.
- k. Desinfección total del área de reproducción.

### **Rendimientos de Campo**

El módulo mínimo rentable incluye la compra de 12.800 reproductores. El Cuadro 3.5, indica la producción de los pies de cría señalados en un ciclo de producción, considerando que cada reproductor tiene tres ciclos productivos en un año:

**Cuadro 3.12**  
**Rendimiento de caracoles por ciclo reproductivo**

|                                            |     |              |
|--------------------------------------------|-----|--------------|
| Reproductores                              |     | 18.000       |
| % supervivencia                            | 85% |              |
| Reproductores sobrevivientes               |     | 15.300       |
| Número de huevos por caracol               |     | 100          |
| Total huevos puestos                       |     | 1.530.000    |
| % de supervivencia en incubación           | 88% |              |
| Total huevos sobrevivientes                |     | 1.346.400    |
| % supervivencia en eclosión                | 95% |              |
| Infantiles nacidos                         |     | 1.279.080    |
| % supervivencia en infantiles              | 85% |              |
| Infantiles supervivientes                  |     | 1.087.218    |
| % supervivencia en juveniles               | 90% |              |
| Juveniles supervivientes                   |     | 978.496      |
| % selección para reproductores             | 1%  |              |
| Caracoles seleccionados como reproductores |     | 9.785        |
| Caracoles destinados para engorde          |     | 968.711      |
| % supervivencia engorde                    | 90% |              |
| Caracoles supervivientes engorde           |     | 871.840      |
| % aceptación previa venta                  | 90% |              |
| Total caracoles seleccionados para Venta   |     | 784.656      |
| Peso promedio por caracol gr               | 10  |              |
| <b>Producción en Kilos de caracol vivo</b> |     | <b>7.847</b> |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Carlos Vivas

El primer año se alcanza a aprovechar tres ciclos productivos, por lo que el rendimiento es de 23,5 toneladas de caracoles vivos.

### **3.8.2 Segunda Etapa (Acondicionamiento para la Venta)**

La recolección es realizada por 20 trabajadores ocasionales (una persona recolecta 130 kg en un día), más los trabajadores de planta que son los que seleccionan y separan de forma manual los caracoles que están listos para ser comercializados y los que servirán como reproductores, considerando parámetros de edad y peso, según los requerimientos del mercado, es decir, caracoles de 6 meses de edad y con un peso de 10-12 gramos aproximadamente, además de observar que los caracoles no tengan malformaciones, parásitos ni mal olor.

Estos caracoles son trasladados al área de operculación, donde se colocan en las mallas de 2 kg y se ubican en las gavetas, los caracoles que han sido seleccionados como reproductores se ubican en el invernadero de reproducción. Durante este proceso se procede al etiquetado de las mallas y se las coloca en las gavetas plásticas de embalaje con información de nombre, dirección y ciudad, tanto del importador como del exportador.

### **Operculación**

Esta fase se cumple para lograr una limpieza del intestino (ayuno), secado y dormancia del animal, para lo cual se apila las gavetas una sobre otra hasta alcanzar una altura de 3 metros de alto, permitiendo que el caracol reciba directamente los rayos del sol por todos los lados y manteniéndolos en un ambiente seco, para mantener la temperatura en el periodo nocturno se emplean calefactores a gas tipo arturito.

El área destinada para la operculación, está diseñada con cubierta de planchas translúcidas, para evitar que se mojen en caso de que llueva, ya que el objetivo es lograr mantenerles el mayor tiempo secos.

Durante el tiempo de operculación se produce una estivación (por temperatura alta) que les hace dormir, siendo este el principal objetivo antes de que sean transportados al aeropuerto para el embarque; es necesario disminuir al máximo la manipulación en esta fase, ya que son organismos que sufren estrés, pudiendo ser ésta una causa de muerte.

Las cajas de embalaje que serán utilizadas son de plástico resistente, llamadas gavetas, las mismas que presentan muchas ventajas como son:

- Base lisa que permite que los desechos sean recolectados en el fondo, facilitando la limpieza durante la operculación.

- Los cinco lados restantes son completamente ventilados ya que tiene orificios.
- Están elaboradas con un material muy duro, lo que impide que sean comidas por los moluscos.
- No es tóxico.
- Lo más importante es que se puede sujetar con firmeza cada uno de los paquetes en el interior de la caja, cuando haya movimientos bruscos evitando con esto que se maltraten, se rompan y se mueran durante el viaje.

Luego de que los caracoles han permanecido tres días (operculados), serán transportados al Aeropuerto de la ciudad de Latacunga.

Una vez que se ha desocupado el área de operculación, se procede a realizar una limpieza absoluta, procedimiento que se realiza cada vez que haya entrada y salida de nuevos embarques.

### **3.8.3 Tercera Etapa (Comercialización)**

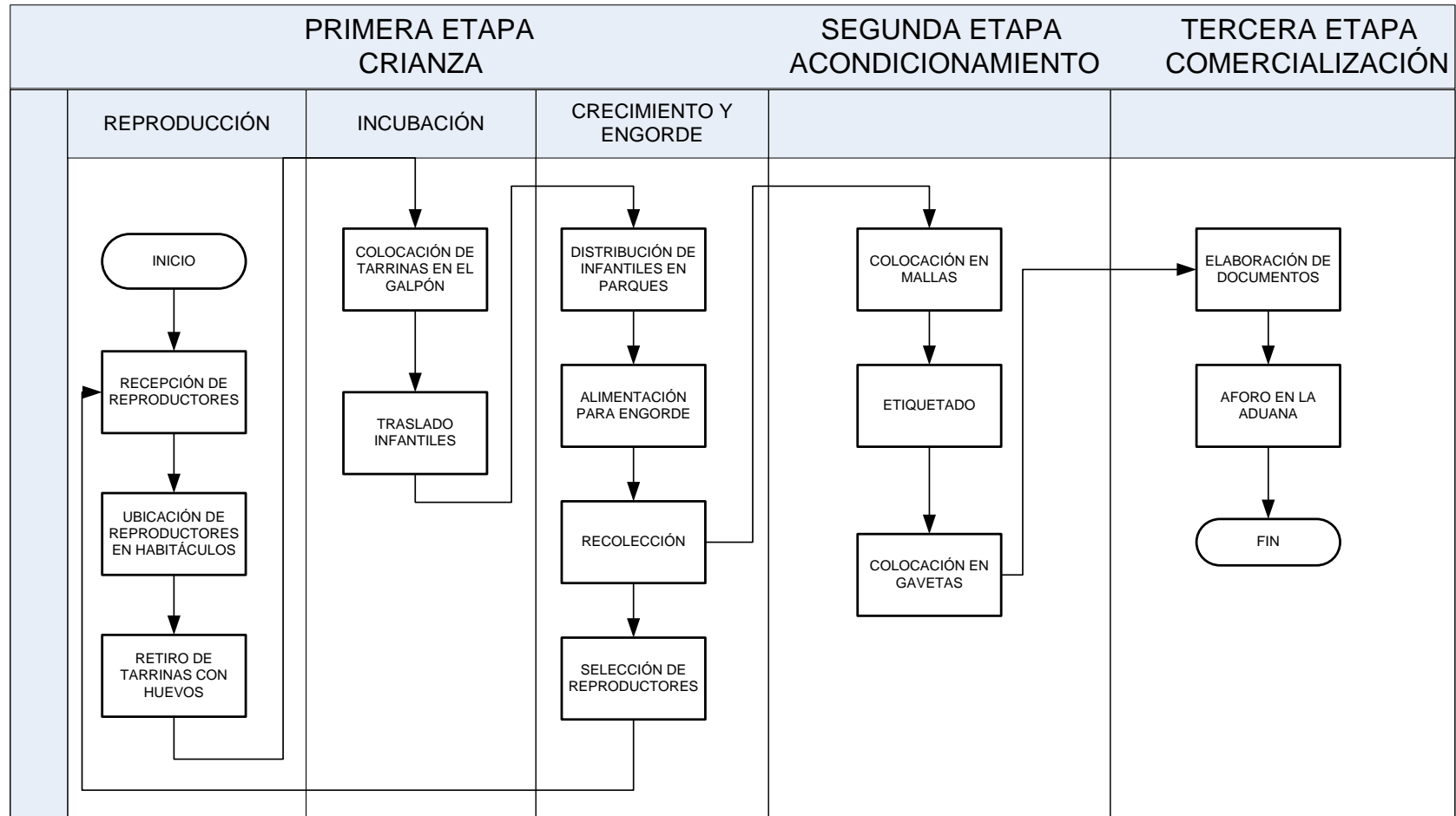
Una vez que la empresa ha sido calificada como exportadora y se han registrado los precios ante un notario para las cartas de crédito, esta etapa se desarrolla mediante los siguientes pasos:

- Elaboración de los documentos para exportación como son la factura comercial, formulario único de exportación, conocimiento del embarque y certificado de origen.
- Aforo en la aduana.

### 3.9 Diagrama de Flujo

Gráfico 3.8

Diagrama de Flujo del Proceso de Producción de Caracoles



Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

# CAPITULO IV

## LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

### 4.1 La organización de la empresa

Desde la primera actividad al poner en marcha un proyecto, que es la constitución legal de la empresa, la ley dicta los tipos de sociedad permitidos, su funcionamiento, sus restricciones, dentro de las cuales la más importante es la forma y el monto de participación en la empresa, por lo que la primera decisión jurídica que se adopta es el tipo de sociedad que operará la empresa y la forma de su administración.

#### *Base Legal*

Existe cinco clases de compañías según los números socios, capital y monto obligado, como son:

#### Compañía en nombre colectivo:

- Número de socios 2.
- Nombre de socios más la palabra de compañía.
- Monto mínimo \$400.
- Forma de capital en participación.
- Monto obligado 50% del capital de suscripción, diferencia a 1 año.
- Junta General de Accionistas.

#### Compañía en comandita simple y dividida en acciones:

- Número de socios 2.
- Nombre de socios más la palabra de compañía en comandita simple.
- Monto mínimo \$400.
- Forma de capital en Participación.
- Monto obligado 50% del capital de suscripción, diferencia a 1 año.
- Junta general de accionistas.

#### Compañía de responsabilidad Limitada:

- Número de socios 3.

- Nombre de objetivo más la palabra de compañía limitada.
- Monto mínimo \$400.
- Forma de Capital en Acciones.
- Monto obligado 50% del capital de suscripción, diferencia a 1 año.
- Junta General de Accionistas.

Compañía anónima:

- Número de socios 5.
- Nombre objetivo más la palabra de compañía en comandita simple.
- Monto mínimo \$800.
- Forma de capital en Acciones.
- Monto obligado 50% del capital de suscripción, diferencia a 1 año.
- Directorio de la compañía.

Compañía de economía mixta:

- Número de socios 2.
- Nombre de socios más la palabra de compañía mixta.
- Monto mínimo \$800.
- Forma de capital en Acciones.
- Monto obligado 50% del capital de suscripción, diferencia a 2 años.
- Directorio de la compañía.

A continuación se presenta las disposiciones para una empresa exportadora:

a) Mercado

Legislación sanitaria sobre los permisos que deben obtenerse, la forma de presentación del producto.

Elaboración y funcionamiento de contratos con proveedores y clientes.

Permisos de viabilidad y sanitarios para el transporte del producto.

b) Localización

Estudios de posesión y vigencia de los títulos de bienes raíces.

Litigios, prohibiciones, contaminación ambiental, uso intensivo de agua en determinadas zonas.

Apoyos fiscales por medio de exención de impuestos, a cambio de ubicarse en determinadas zonas.

Gastos notariales, transferencias, inscripción en Registro público de la Propiedad y Comercio.

Determinación de los honorarios de los especialistas o profesionales que efectúen todos los trámites necesarios.

c) Estudio Técnico

Transferencia de tecnología.

Compra de marcas y patentes.

Paso de regalías.

Aranceles y permisos necesarios en caso de que se importe alguna maquinaria o materia prima.

d) Administración y organización

Leyes que regulen la contratación de personal.

Pago de utilidades al finalizar el ejercicio.

Prestaciones sociales a los trabajadores.

Leyes sobre seguridad industrial mínima.

e) Aspecto financiero y contable

La ley del Impuesto a la Renta.

Si la empresa adquiere un préstamo de alguna institución crediticia, hay que conocer las leyes bancarias y de la institución de crédito.

#### 4.1.1 Nombre y razón social

La empresa se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada, por lo que de acuerdo con el artículo 92 de la Ley de Compañías, se conformará con un número de tres personas, con la finalidad de cumplir las actividades comerciales bajo la denominación objetiva, de **“Escargots del Ecuador”**, a la que se añadirá, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.



**“Escargots del Ecuador Cía. Ltda.”**



La denominación objetiva se seleccionará tomando en cuenta que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente, en caso de ser necesario hacer un cambio de denominación, se podría optar los siguientes nombre:

*“Helicícola Don Carlos Cía. Ltda.”*



*“Caracoles del Valle Cía. Ltda.”*



Al seleccionar este tipo de constitución, se logran algunos beneficios como los de requerir de menor capital y de que la cesión de participaciones debe efectuarse con el consentimiento unánime del capital social y mediante escritura pública, lo que dificulta el ingreso de socios no deseados a la compañía, brindando mayor seguridad; la responsabilidad de los socios se limita al monto que aportan al capital social.

La compañía estará formado por 5 accionistas que aportarán el 56% del capital, el representante legal será el Sr. Carlos A. Vivas Armas, quien también desempeñará el papel de Gerente General.

**Gráfico 4.1**  
**Presentación de los caracoles para exportación**



ESCARGOTS del ECUADOR Cía. Ltda.

**4.1.2 Visión**

Ser una empresa líder en la producción y comercialización de caracoles vivos, haciendo de la calidad el principio empresarial por excelencia y proporcionando satisfacción a nuestros clientes; con caracoles ecológicos de sabor irreprochable.

**4.1.3 Misión**

Producir caracoles en granja bajo el sistema de cría mixto, con la finalidad de obtener un producto ecológico, para abastecer a los clientes con caracoles de óptima calidad sanitaria, de una forma oportuna, suficiente y continua.

**4.1.4 Valores**

*ESCARGOTS DEL ECUADOR*, como empresa del sector alimenticio, tendrá un alto compromiso con la calidad, respetando el medio ambiente y utilizando materiales en su mayoría reciclable, sin descuidar el aspecto social en el manejo de su personal y la comunidad en general.

En *Escargots del Ecuador* se actuará con:

- a) Responsabilidad y confiabilidad, por lo que sus integrantes:
  - Responderán confiadamente a sus funciones delegadas.
  - Se comprometerán con los objetivos y metas establecidas.
  - Desarrollarán su capacidad para aceptar mayores responsabilidades.
- b) Integridad personal, por lo que sus integrantes:
  - Reconocerán y aceptarán errores.
  - Respetarán la propiedad de los demás y los activos de la empresa.
  - Hablarán con la verdad.
- c) Respeto a los demás, por lo que sus integrantes:
  - Respetarán a los compañeros de trabajo, colaboradores y clientes.
  - Reconocerán los logros obtenidos por otros compañeros.
  - Mostrarán empatía en su relación con los demás.
- d) Mejora continua, por lo que sus integrantes:
  - Tomarán como propio el desafío empresarial de ser una organización ágil, eficiente y flexible.
  - Aprenderán permanentemente para mejorar su desempeño.
  - Tendrán claro que el éxito se fundamenta en la calidad, servicio y competitividad.
- e) Comunicación, por lo que sus integrantes:
  - Escucharán y estarán abiertos al veredicto de los demás.
  - Manejarán en forma adecuada, la información confidencial de la empresa.
  - Se expresarán en forma clara, breve y oportuna.

#### **4.1.5 Objetivos**

- Identificar los mercados internacionales que demanden este producto, con sus potencialidades o tendencias que aseguren la compra sostenible y rentable.
- Sistematizar la información biológica, estructural, de producción y comercial acerca de esta actividad, para aplicarla en la granja.
- Establecer la viabilidad comercial, técnica y financiera de la cría de caracoles, orientada a la diversificación de exportaciones no tradicionales, aprovechando las ventajas de tipo ecológico que dispone el país y el mercado internacional creciente.

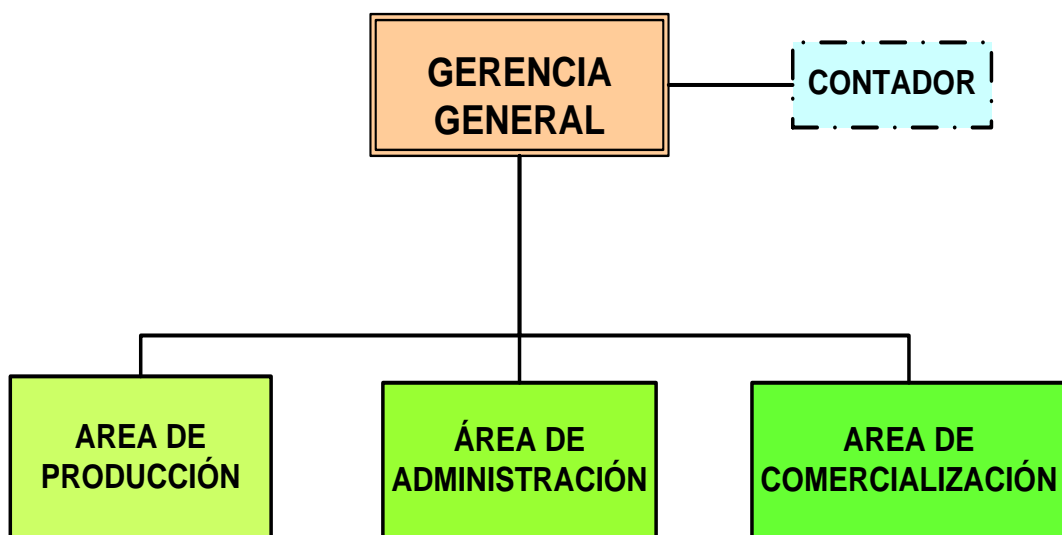
- Concretar la exportación de caracoles vivos hacia la autonomía de Cataluña en España.
- Aplicar el método de producción mixto-francés, garantizando la calidad y abastecimiento oportuno, suficiente y rentable de caracoles.

#### 4.1.6 Estructura Organizacional

Para la estructuración de la empresa, se utilizará una alternativa de diferenciación horizontal, escogiendo al personal y agrupándolo de acuerdo a las funciones, con la finalidad de manejar de manera más eficiente las necesidades de la compañía en proceso de expansión a un menor costo, por lo que se adoptará una estructura funcional para este efecto.

##### Gráfico 4.2

Estructura Organizacional de Escargots del Ecuador



Fuente: Investigación directa  
Elaboración: Carlos Vivas

#### 4.1.7 Descripción de Funciones

##### Gerente General

- Vigilar el desarrollo de las estrategias establecidas para toda la organización.
- Definir y planificar el desarrollo de las metas y objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
- Distribuir los recursos entre las diferentes áreas y coordinar los equipos de trabajo.
- Orientar la dirección de la Empresa en sus diferentes áreas.

### **Jefe de Producción**

- Realizar contactos con proveedores para la adquisición de insumos para el cultivo de las plantas en los invernaderos y productos sanitarios para los caracoles.
- Llevar registros de labores culturales, registros de recolección y empaque.
- Coordinar y planificar las diferentes actividades que se desarrollan dentro de las fases de producción y en los invernaderos.
- Chequear las cantidades, pesos, rótulos y calidad, de los despachos hacia los operadores.
- Controlar el buen desarrollo de todas y cada una de las etapas del proceso de producción.
- Controlar el trabajo de los obreros de la granja.
- No permitir la entrada a personas ajenas a los invernaderos.
- Garantizar el adecuado y buen uso de los materiales de trabajo e insumos.
- Coordinar con el jefe administrativo el transporte del producto hacia el aeropuerto.
- Recibir todos los materiales inventariados.
- Verificar el buen estado de los insumos.
- Realizar el control de calidad de los caracoles listos para el transporte.
- Coordinar inventarios generales físicos de bodega.
- Controlar la logística hasta que el producto llegue al intermediario.
- Buscar la mejor forma para optimizar tiempo en la entrega del producto al intermediario.
- Controlar la entrega puntual de pedidos a los distribuidores.
- Satisfacer las necesidades de transporte del intermediario.
- Identificar el mejor lugar para la adquisición de los reproductores iniciales y mantener el control de la selección de los mismos en los siguientes ciclos.

### **Jefe Administrativo**

- Administrar los recursos humanos de la empresa y coordinar sus actividades con las áreas de producción y comercial.
- Realizar el proceso de convocatoria y selección, así como la inducción adiestramiento y capacitación del personal contratado.

- Elaborar y ejecutar los contratos de todo el personal de acuerdo a las normas establecidas para el efecto.
- Responsabilizarse de las relaciones laborales, encargándose de que sean cordiales y respetuosas.
- Planear y definir las metas de esta área.
- Llevar la agenda de compromisos y colaborar en la organización de las reuniones que se deban efectuar.
- Llevar a cabo controles sobre el uso del teléfono en llamadas de larga distancia.
- Controlar todos los movimientos de la empresa tanto organizacionales como de ventas y producción.
- Llevar el control de las transacciones de la empresa con el contador de manera constante.

### **Jefe Comercial**

- Mantener contacto permanente con intermediarios, mediante llamadas telefónicas, correo electrónico y visitas personales.
- Satisfacer todas las inquietudes y necesidades que los clientes y nuevos interesados tengan sobre el producto.
- Crear estrategias de venta y promoción e innovarlas para estar siempre a la par o a un mejor que la competencia, ofertando el producto constantemente.
- Llevar el control sobre las ventas realizadas y las que se han cancelado para dar un informe de actividades y novedades al gerente.
- Identificar las razones o problemas que se susciten o puedan suscitarse que disminuyan las ventas del producto.
- Elaborar estrategias de promoción, publicidad y ventas para difundir de manera rápida el producto.
- Determinar las políticas de precio.
- Definir y elegir el mercado meta.
- Interactuar con los clientes para establecer un punto de contacto con la empresa.
- Planear y definir las metas de este departamento.
- Informar sobre las ventas al Departamento Administrativo y Financiero.

### **Contador**

- Efectuar el pago de impuestos y trámites legales.

- Planear inversiones y relaciones con instituciones financieras.
- Realizar comparaciones con períodos anteriores y realizar proyecciones financieras.
- Planear y controlar todas las actividades contables y financieras de la empresa.
- Asesorar en la toma de decisiones económicas.
- Determinar el flujo de efectivo para operaciones de producción y determinar los costos variable y fijos.
- Velar por el buen uso y conservación de los elementos a su cargo.
- Revisar diariamente los registros contables y realizar los ajustes que considere necesarios para que la contabilidad muestre la racionalidad de las cifras de acuerdo con los principios de contabilidad.
- Presentar los estados financieros pertinentes.
- Elaborar y verificar las conciliaciones de la cuenta bancaria de la empresa.
- Llevar los libros de contabilidad de la empresa de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados, presentando los registros de diario, mayor, inventarios, cuentas de bancos, estados financieros e indicadores financieros.
- Realizar los trámites con el SRI para actualización de datos.
- Realizar el correcto ingreso y registro de los activos fijos y realizará periódicamente constataciones físicas de los mismos.
- Mantener actualizado el archivo contable.
- Elaborar y mantener una adecuada codificación de las diferentes cuentas.
- Realizar arqueos de caja chica.
- Enviar la declaración mensual de impuestos, retención del IVA y retención en la fuente previamente respaldados.
- Elaborar balances y estados financieros con sus respectivos anexos.

## **4.2 Sistemas y procedimientos administrativos**

Estos procedimientos son los que serán observados por *Escargots del Ecuador*, en el desarrollo de sus acciones administrativas y financieras. Su propósito es establecer procedimientos claros, con el fin de que la gestión administrativa y financiera de la empresa sea eficiente y transparente.

### **a. Contratación de personal**

Para la contratación de nuevo personal, se observará el siguiente procedimiento:

1. El encargado solicitará por escrito a la administración la contratación del nuevo personal, presentando:
  - a) Perfil del puesto.
  - b) Período de contratación.
  - c) Asignación presupuestaria.
  - d) Datos de referencia sobre la vacante.
2. La administración hará la convocatoria a concurso, por los medios que estime pertinentes.
3. Los aspirantes deberán presentar la siguiente documentación:
  - a) Carta de interés, exponiendo las consideraciones por las cuales el aspirante considera que debe ser seleccionado.
  - b) Historial profesional y académico, incluyendo solo aquellos aspectos que estén relacionados con la posición ofertada.
  - c) Listado de personas que puedan dar referencia del aspirante, incluyendo nombres, cargo, institución en la que laboran y datos de contacto.
4. La administración elaborará un cuadro referencial sobre los aspirantes y el cumplimiento de estos a los requisitos y perfil de la posición ofertada.
5. El Jefe Administrativo, hará la selección, pudiendo recurrir a entrevistas y evaluaciones según se haya establecido en la convocatoria.
6. La administración solicitará a la gerencia general, la contratación del aspirante seleccionado.
7. Toda persona contratada por primera vez estará en prueba por un período de 90 días. Diez días antes de finalizar dicho período, el encargado del área de trabajo procederá a realizar una evaluación y recomendará su ratificación en el cargo o la suspensión del respectivo contrato.
8. Si la persona contratada no es ratificada en su cargo luego del período de prueba, se podrá optar por otro de los aspirantes o convocar a un nuevo concurso.

**b. Remuneraciones**

Las remuneraciones se pagarán mensualmente el penúltimo día de cada mes o el día hábil inmediato anterior cuando el señalado para el pago se de asueto o descanso.

Además del salario acordado, la empresa reconocerá las siguientes prestaciones:



1. Vacaciones: El personal tendrán derecho a un periodo de vacaciones cuya duración será de quince días, los cuales serán remunerados con una prestación equivalente al salario ordinario correspondiente a dicho lapso.
2. Indemnización: Es equivalente al salario básico de treinta días por cada año de servicio y proporcional por fracción de año.
3. Las prestaciones se pagarán en diciembre de cada año.

**c. Compras**

Para la compra de bienes y servicios se observará el siguiente procedimiento:

1. El interesado hará la petición al jefe administrativo, indicando:
  - a) Las características de los bienes o servicios, las cantidades y otras condiciones requeridas.
  - b) El uso que se dará a los bienes o servicios requeridos, incluyendo si es pertinente las referencias sobre el proyecto al que estarán destinados.
2. Para las compras mayores de 200 dólares y que no sean servicios de agua, energía eléctrica, telefonía y acceso a Internet, el jefe administrativo:
  - a) Solicitará al menos tres ofertas por escrito.
  - b) Preparará un cuadro comparativo de las ofertas recibidas.
  - c) Seleccionará la mejor oferta.
3. Las compras se autorizarán por las personas o instancias señaladas a continuación:
  - a) De USD 0,01 a USD 1.000,00 el Gerente General.
  - b) De USD 1.000,01 en adelante, la Junta de Accionistas.
4. El jefe administrativo dará por recibido los bienes y servicios, conforme se haya establecido en el contrato o en las condiciones de compra.

**d. Viáticos por comisiones institucionales**

Se autorizará el pago de viáticos y gastos relacionados a personas que deben viajar dentro del país o fuera de éste, para la realización de actividades inherentes a la empresa.

Se entenderá por gasto de viático, el valor autorizado y entregado para el pago de hospedaje, transporte, alimentación, impuestos de viaje y otros gastos relacionados, entendiéndose como tales: llamadas telefónicas, servicio de internet, fotocopias, compra de papelería y otros necesarios para la buena realización de las actividades encomendadas.

El cálculo de los gastos de viaje se efectuará a base de los siguientes criterios:

1. Para el pago de hospedaje, se efectuará previamente una cotización o reserva de habitación y en esa forma se establecerá la cantidad de dinero requerida para este rubro.
2. Para el pago transporte de ida y regreso, cuando la empresa no lo haya pagado previamente a la transportadora, se hará una cotización para establecer la cantidad de dinero requerida para este rubro.
3. Además se reconocerá el pago de taxis u otros medios de transporte durante los días que dura la comisión. Para el cálculo del anticipo se estimarán cinco dólares por viaje.
4. Para el pago de alimentación:  
Si el viaje es fuera de la ciudad sede de la empresa, se reconocerán cinco dólares por comida.
5. La cuota de viáticos podrá incluir una suma para llamadas telefónicas, servicio de internet, fotocopias, compra de papelería y otros necesarios para la buena realización de la comisión, hasta por un máximo de quince dólares por día.

Las cotizaciones señaladas en los literales a y b podrán ser hechas por vía telefónica.

Para el pago de viáticos, se seguirá el siguiente procedimiento:

1. La persona interesada pasará al área administrativa una solicitud de anticipo de viáticos.
2. En el área administrativa se verificará que se cumplan con los criterios previamente expuestos o se hará los ajustes que estime pertinentes, dejando constancia de ello.
3. El área administrativa extenderá un cheque por la suma aprobada en concepto de anticipo de viáticos.
4. Al completar el viaje, la persona interesada deberá presentar la liquidación del anticipo, detallando cada uno de los gastos efectuados.

Para los gastos inferiores a cinco dólares no será obligatoria la presentación de comprobantes.

Dependiendo el valor total de la liquidación, la persona interesada devolverá el dinero sobrante o pedirá la restitución del dinero faltante.

#### **e. Caja chica**

La caja chica será hasta de un máximo de 200 dólares para hacer pagos menores en efectivo. Los pagos no podrán ser mayores de 20 dólares.

#### **f. Emisión de cheques**

Los cheques serán firmados por las siguientes personas:

- a) De USD 0,01 a USD 1.000,00, serán firmados por el Gerente General y el Jefe de Administración y Finanzas

**g. Operaciones no previstas**

Las operaciones administrativas y financieras que no estén previstos en estos procedimientos serán realizadas conforme a las prácticas generalmente aceptadas.

# CAPITULO V

## ESTUDIO ECONOMICO

### 5.1 Inversiones

La inversión inicial para el desarrollo del proyecto comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y los activos diferidos o intangibles necesarios para iniciar las actividades de producción de la granja.

La inversión en activos se diferencia claramente según su tipo, para tal efecto se define la inversión en los activos fijos y diferidos que corresponden a todos los necesarios para la operación de la granja, desde los puntos de vista de producción, administración y comercialización.

Según se determinó en el estudio técnico, la ubicación del terreno será en el sector rural de la parroquia Belisario Quevedo con una superficie de 8.740 m<sup>2</sup>; en esta zona el suelo tiene un costo promedio de USD 10.000 la hectárea, por lo que el costo del terreno alcanza los 8.740 dólares.

#### 5.1.1 Activos Fijos

Los activos fijos para la empresa están representados por el terreno, las construcciones, equipos, muebles de oficina y equipos de computación. Teniendo una inversión de activos fijos de \$ 42.021,92.

A continuación se muestran los activos fijos que se requieren para que la empresa inicie sus operaciones.

**Cuadro 5.1**  
**Activos Fijos**

| CONCEPTO                                  | CANTIDAD      | VALOR UNITARIO  | VALOR TOTAL (USD) | AÑOS DE VIDA UTIL |
|-------------------------------------------|---------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| <b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>                |               |                 |                   |                   |
| Higrómetro                                | 3             | 60,00           | 180,00            | 5                 |
| Termómetro                                | 3             | 15,00           | 45,00             | 5                 |
| Balanza electrónica                       | 2             | 350,00          | 700,00            | 5                 |
| Bomba de Fumigar                          | 2             | 85,00           | 170,00            | 5                 |
| Sistema Aspersión                         | 1             | 4.000,00        | 4.000,00          | 5                 |
| Herramientas                              | 1             | 800,00          | 800,00            | 5                 |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>12</b>     | <b>5.310,00</b> | <b>5.895,00</b>   |                   |
| <b>MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>       |               |                 |                   |                   |
| Escritorio gerente                        | 1             | 200,00          | 200,00            | 10                |
| Estación de trabajo                       | 1             | 230,00          | 230,00            | 10                |
| Sillas                                    | 4             | 150,00          | 600,00            | 10                |
| Sillas metal                              | 4             | 65,00           | 260,00            | 10                |
| Juego de recepción                        | 1             | 350,00          | 350,00            | 10                |
| Archivador                                | 3             | 120,00          | 360,00            | 10                |
| Equipos de Oficina                        | 4             | 80,00           | 320,00            | 10                |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>18</b>     | <b>1.195,00</b> | <b>2.320,00</b>   |                   |
| <b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>             |               |                 |                   |                   |
| Computadora Pentium 4                     | 2             | 754,00          | 1.508,00          | 3                 |
| Impresora matricial                       | 1             | 270,00          | 270,00            | 3                 |
| Impresora tinta                           | 1             | 65,00           | 65,00             | 3                 |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>4</b>      | <b>1.089,00</b> | <b>1.843,00</b>   |                   |
| <b>TERRENO, EDIFICIOS E INSTALACIONES</b> |               |                 |                   |                   |
| Terreno                                   | 8.740         | 1,00            | 8.740,00          |                   |
| Oficina                                   | 42            | 192,00          | 8.064,00          | 10                |
| Bodega Alimentos/Herramientas             | 44            | 132,00          | 5.808,00          | 10                |
| Galpón Incubación                         | 20            | 127,00          | 2.540,00          | 5                 |
| Invernadero de Reproducción               | 74            | 2,20            | 161,92            | 5                 |
| Invernadero de Engorde                    | 3.240         | 2,00            | 6.480,00          | 5                 |
| Área de Operculación                      | 20            | 8,50            | 170,00            | 5                 |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>12.180</b> | <b>464,70</b>   | <b>31.963,92</b>  |                   |
| <b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>                |               |                 | <b>42.021,92</b>  |                   |

**Cuadro 5.2**  
**Porcentajes anuales máximos de depreciación**

| ACTIVOS FIJOS                     | %   |
|-----------------------------------|-----|
| MAQUINARIA, EQUIPO Y HERRAMIENTAS | 20% |
| MUEBLES, ENSERES Y E. OFICINA     | 10% |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN            | 33% |
| EDIFICIOS E INSTALACIONES         | 5%  |

**Cuadro 5.3**  
**Tabla de depreciación de activos fijos**

| DESCRIPCIÓN                       | VALOR            | AÑOS A DEPRECIAR |                 |                 |                 |                 | VALOR RESIDUAL   |
|-----------------------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
|                                   |                  | AÑO 1            | AÑO 2           | AÑO 3           | AÑO 4           | AÑO 5           |                  |
| MAQUINARIA, EQUIPO Y HERRAMIENTAS | 5.895,00         | 1.179,00         | 1.179,00        | 1.179,00        | 1.179,00        | 1.179,00        | 0,00             |
| MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA      | 2.320,00         | 232,00           | 232,00          | 232,00          | 232,00          | 232,00          | 1.160,00         |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN            | 1.843,00         | 614,33           | 614,33          | 614,33          | 0,00            | 0,00            | 0,00             |
| EDIFICIOS E INSTALACIONES         | 23.223,92        | 1.161,20         | 1.161,20        | 1.161,20        | 1.161,20        | 1.161,20        | 17.417,94        |
| <b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>       | <b>33.281,92</b> | <b>3.186,53</b>  | <b>3.186,53</b> | <b>3.186,53</b> | <b>2.572,20</b> | <b>2.572,20</b> | <b>18.577,94</b> |

### 5.1.2 Activos Diferidos

Son inversiones susceptibles de amortizar y referidas a activos constituidos por servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha. Los activos diferidos relevantes para la empresa en su etapa inicial, están representados por el estudio del proyecto, los gastos de constitución de la empresa, la patente municipal y la capacitación inicial de los empleados de planta que serán los que directamente manejen los caracoles en los invernaderos durante todo el proceso de obtención de los mismos.

**Cuadro 5.4**  
**Activos Diferidos**

| ACTIVOS DIFERIDOS      | VALOR TOTAL     |
|------------------------|-----------------|
| Gasto de constitución  | 1.150,00        |
| Patente municipal      | 100,00          |
| Estudio de proyecto    | 1.200,00        |
| Capacitación empleados | 900,00          |
| <b>TOTAL</b>           | <b>3.350,00</b> |

**Cuadro 5.5**  
**Tabla de Amortización de los Activos Diferidos**

| DESCRIPCIÓN             | VALOR TOTAL | AÑOS A AMORTIZAR | % AMORTIZACIÓN | VALOR ANUAL AMORTIZADO |
|-------------------------|-------------|------------------|----------------|------------------------|
| Total Activos Diferidos | 3.350,00    | 5                | 10%            | 335,00                 |

### 5.1.3 Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante el ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados; está representado por el capital adicional con que la empresa debe contar antes de empezar a funcionar, por lo

que se debe financiar la primera producción antes de recibir ingresos, debiendo comprarse materia prima, pagar mano de obra directa, otorgar crédito a las primeras colocaciones a intermediarios, es decir, el capital de trabajo es el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.

En el caso de Escargots del Ecuador, el capital de trabajo va a estar conformado por la materia prima (caracoles reproductores), materiales necesarios para el cultivo y suministros como son las mallas plásticas, etiquetas y gavetas, gastos generales representados por los servicios básicos como son la energía eléctrica, agua potable, teléfono e internet, los salarios y otros gastos como publicidad y fletes, que cubrirán un periodo de seis meses.

**Cuadro 5.6**  
**Capital de Trabajo**

| <b>COSTOS Y GASTOS</b>       | <b>VALOR MES</b> | <b>VALOR SEMESTRE</b> |
|------------------------------|------------------|-----------------------|
| MATERIA PRIMA *              | 1.337,78         | 16.053,39             |
| MANO DE OBRA DIRECTA         | 1.297,90         | 8.000,26              |
| MANO DE OBRA INDIRECTA       | 2.314,55         | 8.564,10              |
| MATERIALES INDIRECTOS        | 1.325,00         | 3.975,00              |
| SERVICIOS BÁSICOS            | 140,00           | 1.860,00              |
| FLETES                       | 160,00           | 960,00                |
| GASTO PUBLICIDAD             | 300,00           | 1.800,00              |
| <b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b> | <b>6.875,23</b>  | <b>41.212,75</b>      |

\* La adquisición de reproductores se hace únicamente al iniciar la granja, posteriormente se seleccionan de la misma producción a un costo menor

**Cuadro 5.7**  
**Inversiones correspondientes al año cero**

| <b>INVERSIONES</b>                           | <b>VALOR TOTAL USD</b> |
|----------------------------------------------|------------------------|
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>                         |                        |
| <b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>                   | <b>5.895,00</b>        |
| Higrómetros                                  | 180,00                 |
| Termómetros                                  | 45,00                  |
| Balanzas electrónicas                        | 700,00                 |
| Bombas de Fumigar                            | 170,00                 |
| Sistema Aspersión                            | 4.000,00               |
| Herramientas                                 | 800,00                 |
| <b>MUEBLES Y ENSERES Y OTRAS INVERSIONES</b> | <b>2.320,00</b>        |
| Escritorio gerente                           | 200,00                 |
| Estación de trabajo                          | 230,00                 |
| Sillas                                       | 600,00                 |
| Sillas metal                                 | 260,00                 |
| Juego de recepción                           | 350,00                 |
| Archivadores                                 | 360,00                 |
| Equipos de Oficina                           | 320,00                 |
| <b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>                    | <b>1.843,00</b>        |
| Computadoras Pentium 4                       | 1.508,00               |
| Impresora matricial                          | 270,00                 |
| Impresora tinta                              | 65,00                  |
| <b>TERRENOS, EDIFICIOS E INSTALACIONES</b>   | <b>31.963,92</b>       |
| Terreno                                      | 8.740,00               |
| Oficina                                      | 8.064,00               |
| Bodega Alimentos/Herramientas                | 5.808,00               |
| Galpón Incubación                            | 2.540,00               |
| Invernadero de Reproducción                  | 161,92                 |
| Invernadero de Engorde                       | 6.480,00               |
| Área de Operculación                         | 170,00                 |
| <b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>                   | <b>42.021,92</b>       |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>                     |                        |
| Gasto de constitución                        | 1.150,00               |
| Patente municipal                            | 100,00                 |
| Estudio de proyecto                          | 1.200,00               |
| Capacitación empleados                       | 900,00                 |
| <b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>               | <b>3.350,00</b>        |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>                    | <b>41.212,75</b>       |
| <b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>               | <b>86.584,67</b>       |



## 5.1.4 Cronograma de Inversión

### Calendario de ejecución del Proyecto

| Ord | Actividad                         | Primer Mes |   |   |   | Segundo Mes |   |   |   | Tercer Mes |    |    |    |
|-----|-----------------------------------|------------|---|---|---|-------------|---|---|---|------------|----|----|----|
|     |                                   | 1          | 2 | 3 | 4 | 5           | 6 | 7 | 8 | 9          | 10 | 11 | 12 |
| 1   | Constitución de la empresa        | ■          | ■ |   |   |             |   |   |   |            |    |    |    |
| 2   | Tramites de financiamiento        |            | ■ | ■ | ■ |             |   |   |   |            |    |    |    |
| 3   | Compra de terreno                 |            |   |   | ■ |             |   |   |   |            |    |    |    |
| 4   | Construcción área administrativa  |            |   |   |   | ■           | ■ | ■ | ■ |            |    |    |    |
| 5   | Construcción de invernaderos      |            |   |   |   |             | ■ | ■ | ■ | ■          |    |    |    |
| 6   | Compra de muebles y equipos       |            |   |   |   |             |   |   |   | ■          |    |    |    |
| 7   | Compra de caracoles reproductores |            |   |   |   |             |   |   |   |            | ■  |    |    |
| 8   | Compra de insumos                 |            |   |   |   |             |   |   |   |            | ■  |    |    |
| 9   | Instalación de equipos            |            |   |   |   |             |   |   |   |            | ■  | ■  |    |
| 10  | Colocación de mobiliario          |            |   |   |   |             |   |   |   |            |    | ■  | ■  |
| 11  | Período de prueba                 |            |   |   |   |             |   |   |   |            |    | ■  | ■  |

## 5.2 Presupuesto de Ingresos y Gastos

El Presupuesto de Ingresos y el Presupuesto de Gastos, constituyen el Presupuesto de Operación.

### 5.2.1 Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos está compuesto por todos los recursos que se estima captar durante un año financiero, ya sea por ingresos corrientes, recursos provenientes de operaciones de crédito y recursos ordinarios.

El presupuesto de ingresos esta basado en el volumen de las ventas y el precio de venta, para ello se han tomado en cuenta el precio promedio existente en el mercado y lo que los intermediarios están dispuestos a pagar por cada kg de caracoles vivos más un 2% por desperdicios.

**Cuadro 5.8**  
**Presupuesto de Ingresos (Ventas en USD)**

| PRODUCTO                  | AÑO 1      | AÑO 2      | AÑO 3      | AÑO 4      | AÑO 5      |
|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| TOTAL VENTAS DE CARACOLES | 126.263,54 | 141.167,86 | 156.072,18 | 170.976,50 | 230.593,79 |

**Cuadro 5.9**  
**Crecimiento Anual Proyectado del Presupuesto de Ingresos**

| OFERTA PROYECTADA | DEMANDA PROYECTADA | DEMANDA POTENCIAL INSATISFECH | 20% DEM       | PRECIO PROMEDIO USD/TM | VENTAS (USD)      |
|-------------------|--------------------|-------------------------------|---------------|------------------------|-------------------|
| 25,2              | 143,5              | 118,22                        | 23,64         | 5.340,00               | 126.263,54        |
| 27,0              | 159,1              | 132,18                        | 26,44         |                        | 141.167,86        |
| 28,7              | 174,8              | 146,14                        | 29,23         |                        | 156.072,18        |
| 30,4              | 190,5              | 160,09                        | 32,02         |                        | 170.976,50        |
| 37,4              | 253,3              | 215,91                        | 43,18         |                        | 230.593,79        |
| <b>148,71</b>     | <b>921,25</b>      | <b>772,54</b>                 | <b>154,51</b> |                        | <b>825.073,86</b> |

Estos ingresos se han calculado considerando que de acuerdo al estudio de mercado el proyecto tendría una muy buena acogida dentro del mercado español, por lo que presentaría una razonable variación incremental de año a año, cumpliendo de esta manera con unos de los objetivos del proyecto que es el de mantenerse en el rango de participación en el mercado de un 20% promedio anual.

### 5.2.2 Presupuesto de Gastos

Este presupuesto se compone por la provisión de todos los egresos que se deben realizar para el cumplimiento de objetivos y metas de la empresa en un ejercicio financiero, estos egresos están constituidos por gastos corrientes y de capital.

El presupuesto de egresos se desglosa a continuación considerando costos de materia prima, mano de obra directa e indirecta, materiales indirectos y gastos por suministros (servicios básicos).

**Cuadro 5.10**  
**Presupuesto de Egresos**

| RUBROS                       | PERIODO          |                  |                  |                  |                  |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                              | ANO 1            | ANO 2            | ANO 3            | ANO 4            | ANO 5            |
| MATERIA PRIMA                | 16.053,39        | 6.194,94         | 6.974,35         | 8.774,95         | 12.398,32        |
| MANO DE OBRA DIRECTA         | 8.000,26         | 21.940,52        | 21.940,52        | 21.940,52        | 21.940,52        |
| MANO DE OBRA INDIRECTA       | 8.564,10         | 29.574,60        | 29.574,60        | 29.574,60        | 29.574,60        |
| MATERIALES INDIRECTOS        | 3.975,00         | 8.130,47         | 8.315,30         | 8.504,33         | 8.697,66         |
| SERVICIOS BÁSICOS            | 1.860,00         | 3.804,44         | 3.890,93         | 3.979,39         | 4.069,85         |
| FLETES                       | 960,00           | 1.963,58         | 2.008,22         | 2.053,88         | 2.100,57         |
| GASTO PUBLICIDAD             | 1.800,00         | 1.840,92         | 1.882,77         | 1.925,57         | 1.969,35         |
| <b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b> | <b>41.212,75</b> | <b>73.449,47</b> | <b>74.586,69</b> | <b>76.753,23</b> | <b>80.750,87</b> |

Se ha considerado el 2,27% de incremento en egresos ya que este valor corresponde al promedio históricos de la inflación siendo aconsejable considerar este parámetro

como factor influyente en el proyecto, debido a la inestabilidad económica y política del país.

### 5.3 Estados Proyectados

#### 5.3.1 Estado de Origen y Aplicación de Recursos

Los recursos captados para el inicio del proyecto se obtienen de los accionistas y por medio de financiamiento. El estado de origen y aplicación de fondos permite establecer los recursos que cubrirán la inversión inicial de USD 86.584,67.

Como se puede observar los recursos provienen el 51,5% de capital propio y el 48,5% financiado, este 48,5% proviene de un crédito bancario que se utilizará para la adquisición de activos fijos y la construcción de las instalaciones de la empresa.

**Cuadro 5.11**  
**Estado de Origen y Aplicación de Fondos**

| DESCRIPCIÓN                    | APLICACIÓN DE FONDOS | ORIGEN DE RECURSOS |                  |
|--------------------------------|----------------------|--------------------|------------------|
|                                |                      | PROPIOS            | FINANCIADOS      |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>           |                      |                    |                  |
| Higrómetros                    | 180,00               |                    | 180,00           |
| Termómetros                    | 45,00                |                    | 45,00            |
| Balanzas electrónicas          | 700,00               |                    | 700,00           |
| Bombas de Fumigar              | 170,00               |                    | 170,00           |
| Sistema Aspersión              | 4.000,00             |                    | 4.000,00         |
| Herramientas                   | 800,00               |                    | 800,00           |
| Escritorio gerente             | 200,00               |                    | 200,00           |
| Estación de trabajo            | 230,00               |                    | 230,00           |
| Sillas                         | 600,00               |                    | 600,00           |
| Sillas metal                   | 260,00               |                    | 260,00           |
| Juego de recepción             | 350,00               |                    | 350,00           |
| Archivadores                   | 360,00               |                    | 360,00           |
| Equipos de Oficina             | 320,00               |                    | 320,00           |
| Computadoras Pentium 4         | 1.508,00             |                    | 1.508,00         |
| Impresora matricial            | 270,00               |                    | 270,00           |
| Impresora tinta                | 65,00                |                    | 65,00            |
| Terreno                        | 8.740,00             |                    | 8.740,00         |
| Oficina                        | 8.064,00             |                    | 8.064,00         |
| Bodega Alimentos/Herramientas  | 5.808,00             |                    | 5.808,00         |
| Galpón Incubación              | 2.540,00             |                    | 2.540,00         |
| Invernadero de Reproducción    | 161,92               |                    | 161,92           |
| Invernadero de Engorde         | 6.480,00             |                    | 6.480,00         |
| Área de Operculación           | 170,00               |                    | 170,00           |
| <b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>     | <b>42.021,92</b>     | <b>0,00</b>        | <b>42.021,92</b> |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>       |                      |                    |                  |
| Gasto de constitución          | 1.150,00             | 1.150,00           | 0,00             |
| Patente municipal              | 100,00               | 100,00             | 0,00             |
| Estudio de proyecto            | 1.200,00             | 1.200,00           | 0,00             |
| Capacitación empleados         | 900,00               | 900,00             | 0,00             |
| <b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b> | <b>3.350,00</b>      | <b>3.350,00</b>    | <b>0,00</b>      |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>      | <b>41.212,75</b>     | <b>41.212,75</b>   | <b>0,00</b>      |
| <b>TOTAL INVERSIÓN</b>         | <b>86.584,67</b>     | <b>44.562,75</b>   | <b>42.021,92</b> |
| <b>INVERSIÓN PORCENTUAL</b>    | <b>1,00</b>          | <b>51,5%</b>       | <b>48,5%</b>     |

### 5.3.2 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados tiene como fin calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, el cual se obtiene restando a los ingresos de todos los gastos que se producen y el impuesto a pagar. Este muestra el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que se deba pagar.

**Cuadro 5.12**  
**Estado de Resultados**

| ESTADO DE RESULTADOS                       | PERIODOS         |                  |                  |                  |                   |
|--------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
|                                            | AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5             |
| <b>VENTAS NETAS</b>                        | 126.263,54       | 141.167,86       | 156.072,18       | 170.976,50       | 230.593,79        |
| Ventas al contado                          | 63.131,77        | 70.583,93        | 78.036,09        | 85.488,25        | 115.296,89        |
| Ventas a crédito                           | 63.131,77        | 70.583,93        | 78.036,09        | 85.488,25        | 115.296,89        |
| (-) COSTO DE VENTAS                        | 38.452,75        | 69.644,97        | 70.695,70        | 72.773,78        | 76.680,96         |
| <b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>        | <b>87.810,78</b> | <b>71.522,89</b> | <b>85.376,48</b> | <b>98.202,72</b> | <b>153.912,83</b> |
| (-) Provisión Cuentas Incobrables          | 6.313,18         | 7.058,39         | 7.803,61         | 8.548,83         | 11.529,69         |
| (-) Fletes                                 | 960,00           | 1.963,58         | 2.008,22         | 2.053,88         | 2.100,57          |
| (-) Gasto Publicidad                       | 1.800,00         | 1.840,92         | 1.882,77         | 1.925,57         | 1.969,35          |
| (-) Depreciaciones                         | 3.186,53         | 3.186,53         | 3.186,53         | 2.572,20         | 2.572,20          |
| (-) Amortizaciones                         | 335,00           | 335,00           | 335,00           | 335,00           | 335,00            |
| <b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>            | <b>75.216,08</b> | <b>57.138,46</b> | <b>70.160,35</b> | <b>82.767,25</b> | <b>135.406,03</b> |
| (-) Gastos Financieros                     | 6.149,21         | 5.133,97         | 3.950,99         | 2.572,53         | 966,31            |
| <b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b> | <b>69.066,87</b> | <b>52.004,49</b> | <b>66.209,36</b> | <b>80.194,71</b> | <b>134.439,72</b> |
| (-) 15% Participación Utilidades           | 10.360,03        | 7.800,67         | 9.931,40         | 12.029,21        | 20.165,96         |
| <b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>     | <b>58.706,84</b> | <b>44.203,82</b> | <b>56.277,96</b> | <b>68.165,51</b> | <b>114.273,76</b> |
| (-) 25% Impuestos                          | 14.676,71        | 11.050,95        | 14.069,49        | 17.041,38        | 28.568,44         |
| <b>UTILIDAD NETA EN EL EJERCICIO</b>       | <b>44.030,13</b> | <b>33.152,86</b> | <b>42.208,47</b> | <b>51.124,13</b> | <b>85.705,32</b>  |

**Cuadro 5.13**  
**Costo de Ventas**

| COSTO DE VENTAS                  | 1                | 2                | 3                | 4                | 5                |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| MPD (Materia Prima Directa)      | 16.053,39        | 6.194,94         | 6.974,35         | 8.774,95         | 12.398,32        |
| (+) MOD (Mano de Obra Directa)   | 8.000,26         | 21.940,52        | 21.940,52        | 21.940,52        | 21.940,52        |
| (+) CIF (Servicios Básicos)      | 1.860,00         | 3.804,44         | 3.890,93         | 3.979,39         | 4.069,85         |
| (+) MOI (Mano de Obra Indirecta) | 8.564,10         | 29.574,60        | 29.574,60        | 29.574,60        | 29.574,60        |
| (+) MI (Materiales Indirectos)   | 3.975,00         | 8.130,47         | 8.315,30         | 8.504,33         | 8.697,66         |
| <b>(=) COSTO DE VENTAS</b>       | <b>38.452,75</b> | <b>69.644,97</b> | <b>70.695,70</b> | <b>72.773,78</b> | <b>76.680,96</b> |

### 5.3.3 FLUJOS NETOS DE FONDOS

La estimación del flujo de fondos es de gran significación, ya que a través de él se puede demostrar la capacidad de pago de la empresa, los requerimientos de crédito, así como las amortizaciones.

En el Flujo de Fondos del Proyecto se toman en cuenta los Gastos Financieros, ya que se considera la realización de un préstamo bancario, mientras que en el Flujo de Fondos del Inversionista no se toma en cuenta el pago del crédito pero si la amortización del mismo.

En ambos flujos se toma en cuenta la recuperación del capital en el último año del horizonte de vida del proyecto.

Como se puede observar en el flujo del inversionista, también se obtiene rentabilidad, lo cual demuestra que el proyecto es viable ya sea con financiamiento o sin el.

A continuación se muestran los flujos del proyecto y del inversionista:

**Cuadro 5.14**  
**Flujo Neto del Proyecto**

| RUBROS                                 | PERIODOS          |                  |                  |                  |                  |                   |
|----------------------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
|                                        | Año 0             | Año 1            | Año 2            | Año 3            | Año 4            | Año 5             |
| VENTAS                                 |                   | 126.263,54       | 141.167,86       | 156.072,18       | 170.976,50       | 230.593,79        |
| (-) COSTO DE VENTAS                    |                   | 38.452,75        | 69.644,97        | 70.695,70        | 72.773,78        | 76.680,96         |
| (-) PROVISIÓN CTAS. INCOBRABLES        |                   | 6.313,18         | 7.058,39         | 7.803,61         | 8.548,83         | 11.529,69         |
| (-) FLETES                             |                   | 960,00           | 1.963,58         | 2.008,22         | 2.053,88         | 2.100,57          |
| (-) GASTOS PUBLICIDAD                  |                   | 1.800,00         | 1.840,92         | 1.882,77         | 1.925,57         | 1.969,35          |
| (-) DEPRECIACIÓN                       |                   | 3.186,53         | 3.186,53         | 3.186,53         | 2.572,20         | 2.572,20          |
| (-) AMORTIZACIÓN                       |                   | 335,00           | 335,00           | 335,00           | 335,00           | 335,00            |
| (-) INTERÉS PRÉSTAMO                   |                   | 6.149,21         | 5.133,97         | 3.950,99         | 2.572,53         | 966,31            |
| (-) VALOR EN LIBROS                    |                   |                  |                  |                  |                  | 18.577,94         |
| <b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>    |                   | <b>69.066,87</b> | <b>52.004,49</b> | <b>66.209,36</b> | <b>80.194,71</b> | <b>115.861,78</b> |
| 15% UTILIDAD TRABAJADORES              |                   | 10.360,03        | 7.800,67         | 9.931,40         | 12.029,21        | 17.379,27         |
| <b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b> |                   | <b>58.706,84</b> | <b>44.203,82</b> | <b>56.277,96</b> | <b>68.165,51</b> | <b>98.482,52</b>  |
| 25% DE IMPUESTO A LA RENTA             |                   | 14.676,71        | 11.050,95        | 14.069,49        | 17.041,38        | 24.620,63         |
| <b>(=) UTILIDAD NETA</b>               |                   | <b>44.030,13</b> | <b>33.152,86</b> | <b>42.208,47</b> | <b>51.124,13</b> | <b>73.861,89</b>  |
| (+) DEPRECIACIONES                     |                   | 3.186,53         | 3.186,53         | 3.186,53         | 2.572,20         | 2.572,20          |
| (+) AMORTIZACIONES                     |                   | 335,00           | 335,00           | 335,00           | 335,00           | 335,00            |
| (-) INVERSIÓN INICIAL                  | -45.371,92        |                  |                  |                  |                  |                   |
| INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO           | -41.212,75        |                  |                  |                  |                  |                   |
| RECUPERACIÓN DE CAPITAL                |                   |                  |                  |                  |                  | 41.212,75         |
| CREDITO RECIBIDO                       | 42.694,27         |                  |                  |                  |                  |                   |
| (-) AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO            |                   | 12.293,46        | 12.293,46        | 12.293,46        | 12.293,46        | 12.293,46         |
| <b>FLUJO DE CAJA</b>                   | <b>-43.890,40</b> | <b>35.258,20</b> | <b>24.380,93</b> | <b>33.436,54</b> | <b>41.737,87</b> | <b>105.688,38</b> |
| <b>FLUJO CAJA AJUSTADO A INFLAC.</b>   | <b>-43.890,40</b> | <b>34.456,66</b> | <b>23.826,67</b> | <b>32.676,41</b> | <b>40.789,03</b> | <b>103.285,73</b> |

**Cuadro 5.15**  
**Flujo Neto del Inversionista**

| RUBROS                                      | PERIODOS          |                  |                  |                  |                  |                   |
|---------------------------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
|                                             | Año 0             | Año 1            | Año 2            | Año 3            | Año 4            | Año 5             |
| VENTAS                                      |                   | 126.263,54       | 141.167,86       | 156.072,18       | 170.976,50       | 230.593,79        |
| (-) COSTO DE VENTAS                         |                   | 38.452,75        | 69.644,97        | 70.695,70        | 72.773,78        | 76.680,96         |
| (-) PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES           |                   | 6.313,18         | 7.058,39         | 7.803,61         | 8.548,83         | 11.529,69         |
| (-) FLETES                                  |                   | 960,00           | 1.963,58         | 2.008,22         | 2.053,88         | 2.100,57          |
| (-) GASTOS PUBLICIDAD                       |                   | 1.800,00         | 1.840,92         | 1.882,77         | 1.925,57         | 1.969,35          |
| (-) DEPRECIACIÓN                            |                   | 3.186,53         | 3.186,53         | 3.186,53         | 2.572,20         | 2.572,20          |
| (-) AMORTIZACIÓN                            |                   | 335,00           | 335,00           | 335,00           | 335,00           | 335,00            |
| (-) VALOR EN LIBROS                         |                   |                  |                  |                  |                  | 18.577,94         |
| <b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>                   |                   | <b>75.216,08</b> | <b>57.138,46</b> | <b>70.160,35</b> | <b>82.767,25</b> | <b>116.828,09</b> |
| 15% UTILIDAD TRABAJADORES                   |                   | 11.282,41        | 8.570,77         | 10.524,05        | 12.415,09        | 17.524,21         |
| <b>(=) UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b> |                   | <b>63.933,67</b> | <b>48.567,69</b> | <b>59.636,30</b> | <b>70.352,16</b> | <b>99.303,88</b>  |
| 25% IMPUESTO A LA RENTA                     |                   | 15.983,42        | 12.141,92        | 14.909,07        | 17.588,04        | 24.825,97         |
| <b>(=) UTILIDAD NETA</b>                    |                   | <b>47.950,25</b> | <b>36.425,77</b> | <b>44.727,22</b> | <b>52.764,12</b> | <b>74.477,91</b>  |
| (+) DEPRECIACIONES                          |                   | 3.186,53         | 3.186,53         | 3.186,53         | 2.572,20         | 2.572,20          |
| (+) AMORTIZACIÓN                            |                   | 335,00           | 335,00           | 335,00           | 335,00           | 335,00            |
| (-) INVERSIÓN INICIAL                       | -45.371,92        |                  |                  |                  |                  |                   |
| (-) INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO            | -41.212,75        |                  |                  |                  |                  |                   |
| RECUPERACIÓN CAPITAL                        |                   |                  |                  |                  |                  | 41.212,75         |
| <b>FLUJO DE CAJA</b>                        | <b>-86.584,67</b> | <b>51.471,78</b> | <b>39.947,30</b> | <b>48.248,75</b> | <b>55.671,32</b> | <b>118.597,86</b> |
| <b>FLUJO DE CAJA AJUSTA A INFLA.</b>        | <b>-86.584,67</b> | <b>50.301,65</b> | <b>39.039,16</b> | <b>47.151,90</b> | <b>54.405,72</b> | <b>115.901,73</b> |

## 5.4 FINANCIAMIENTO

La inversión inicial del proyecto asciende a USD 86.584,67, valor del cual el 51,5 % corresponde al aporte propio y el 48,5% sería financiado por el Banco Pichincha, a una tasa del 13,05%, con pagos mensuales por un lapso de 5 años (60 meses).

**Cuadro 5.16**  
**Estructura de Financiamiento**

| FUENTE                 | MONTO INVERSIÓN (USD) | APORTACIÓN  | TASA   |
|------------------------|-----------------------|-------------|--------|
| Recursos Propios       | 44.562,75             | 51,5%       | 15,39% |
| Recursos Financieros   | 42.021,92             | 48,5%       |        |
| <b>INVERSIÓN TOTAL</b> | <b>86.584,67</b>      | <b>100%</b> |        |

|                      |                  |                     |      |
|----------------------|------------------|---------------------|------|
| <b>CAPITAL (USD)</b> | <b>42.694,27</b> |                     |      |
| INTERÉS ANUAL        | 15,39%           | Impuesto SOLCA      | 1,0% |
| PERIODOS             | MENSUALES        | Comisión de Crédito | 0,6% |
| PLAZO                | 60 MESES         |                     |      |

En el capital de \$42.694,27, está considerado el Impuesto de 1% correspondiente a SOLCA y el 0,6% de la comisión de crédito, por lo que el valor neto requerido de \$42.021,92, no disminuirá y la empresa lo recibirá completo.

A continuación se presentan las tablas de amortización anual y mensual del crédito:

**Cuadro 5.17**  
**Tabla de amortización anual del crédito (Cantidades en USD)**

| AÑO          | CAPITAL      | PAGO CUOTAS      | INTERES          | IMPUESTO | CAPITAL          | INT+ IMP |
|--------------|--------------|------------------|------------------|----------|------------------|----------|
| 1            | 42.694,27    | 12.293,46        | 6.149,21         | 683,11   | 6.144,25         | 6.832,32 |
| 2            | 36.550,02    | 12.293,46        | 5.133,97         |          | 7.159,49         |          |
| 3            | 29.390,54    | 12.293,46        | 3.950,99         |          | 8.342,47         |          |
| 4            | 21.048,06    | 12.293,46        | 2.572,53         |          | 9.720,93         |          |
| 5            | 11.327,13    | 12.293,46        | 966,31           |          | 11.327,15        |          |
| <b>TOTAL</b> | <b>-0,02</b> | <b>61.467,30</b> | <b>18.773,01</b> |          | <b>42.694,29</b> |          |



**Cuadro 5.18**  
**Tabla de amortización del crédito (Cantidades en USD)**

| No. | CAPITAL          | INTERÉS          | DIVIDENDO        | CAPITAL PENDIENTE |
|-----|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| 1   | 476,90           | 547,55           | 1.024,45         | 42.217,37         |
| 2   | 483,02           | 541,44           | 1.024,46         | 41.734,35         |
| 3   | 489,21           | 535,24           | 1.024,46         | 41.245,14         |
| 4   | 495,49           | 528,97           | 1.024,46         | 40.749,65         |
| 5   | 501,84           | 522,61           | 1.024,46         | 40.247,81         |
| 6   | 508,28           | 516,18           | 1.024,46         | 39.739,54         |
| 7   | 514,80           | 509,66           | 1.024,46         | 39.224,74         |
| 8   | 521,40           | 503,06           | 1.024,46         | 38.703,34         |
| 9   | 528,08           | 496,37           | 1.024,46         | 38.175,26         |
| 10  | 534,86           | 489,60           | 1.024,46         | 37.640,40         |
| 11  | 541,72           | 482,74           | 1.024,46         | 37.098,69         |
| 12  | 548,66           | 475,79           | 1.024,46         | 36.550,02         |
| 13  | 555,70           | 468,75           | 1.024,46         | 35.994,32         |
| 14  | 562,83           | 461,63           | 1.024,46         | 35.431,49         |
| 15  | 570,05           | 454,41           | 1.024,46         | 34.861,45         |
| 16  | 577,36           | 447,10           | 1.024,46         | 34.284,09         |
| 17  | 584,76           | 439,69           | 1.024,46         | 33.699,33         |
| 18  | 592,26           | 432,19           | 1.024,46         | 33.107,07         |
| 19  | 599,86           | 424,60           | 1.024,46         | 32.507,21         |
| 20  | 607,55           | 416,90           | 1.024,46         | 31.899,66         |
| 21  | 615,34           | 409,11           | 1.024,46         | 31.284,32         |
| 22  | 623,23           | 401,22           | 1.024,46         | 30.661,08         |
| 23  | 631,23           | 393,23           | 1.024,46         | 30.029,86         |
| 24  | 639,32           | 385,13           | 1.024,46         | 29.390,54         |
| 25  | 647,52           | 376,93           | 1.024,46         | 28.743,01         |
| 26  | 655,83           | 368,63           | 1.024,46         | 28.087,19         |
| 27  | 664,24           | 360,22           | 1.024,46         | 27.422,95         |
| 28  | 672,76           | 351,70           | 1.024,46         | 26.750,20         |
| 29  | 681,38           | 343,07           | 1.024,46         | 26.068,81         |
| 30  | 690,12           | 334,33           | 1.024,46         | 25.378,69         |
| 31  | 698,97           | 325,48           | 1.024,46         | 24.679,72         |
| 32  | 707,94           | 316,52           | 1.024,46         | 23.971,78         |
| 33  | 717,02           | 307,44           | 1.024,46         | 23.254,76         |
| 34  | 726,21           | 298,24           | 1.024,46         | 22.528,55         |
| 35  | 735,53           | 288,93           | 1.024,46         | 21.793,02         |
| 36  | 744,96           | 279,50           | 1.024,46         | 21.048,06         |
| 37  | 754,51           | 269,94           | 1.024,46         | 20.293,55         |
| 38  | 764,19           | 260,26           | 1.024,46         | 19.529,36         |
| 39  | 773,99           | 250,46           | 1.024,46         | 18.755,37         |
| 40  | 783,92           | 240,54           | 1.024,46         | 17.971,45         |
| 41  | 793,97           | 230,48           | 1.024,46         | 17.177,48         |
| 42  | 804,15           | 220,30           | 1.024,46         | 16.373,33         |
| 43  | 814,47           | 209,99           | 1.024,46         | 15.558,86         |
| 44  | 824,91           | 199,54           | 1.024,46         | 14.733,95         |
| 45  | 835,49           | 188,96           | 1.024,46         | 13.898,45         |
| 46  | 846,21           | 178,25           | 1.024,46         | 13.052,25         |
| 47  | 857,06           | 167,40           | 1.024,46         | 12.195,19         |
| 48  | 868,05           | 156,40           | 1.024,46         | 11.327,13         |
| 49  | 879,18           | 145,27           | 1.024,46         | 10.447,95         |
| 50  | 890,46           | 133,99           | 1.024,46         | 9.557,49          |
| 51  | 901,88           | 122,57           | 1.024,46         | 8.655,61          |
| 52  | 913,45           | 111,01           | 1.024,46         | 7.742,16          |
| 53  | 925,16           | 99,29            | 1.024,46         | 6.817,00          |
| 54  | 937,03           | 87,43            | 1.024,46         | 5.879,97          |
| 55  | 949,04           | 75,41            | 1.024,46         | 4.930,93          |
| 56  | 961,22           | 63,24            | 1.024,46         | 3.969,71          |
| 57  | 973,54           | 50,91            | 1.024,46         | 2.996,17          |
| 58  | 986,03           | 38,43            | 1.024,46         | 2.010,14          |
| 59  | 998,67           | 25,78            | 1.024,46         | 1.011,47          |
| 60  | 1011,48          | 12,97            | 1.024,46         | 0,00              |
|     | <b>42.694,29</b> | <b>18.773,01</b> | <b>61.467,30</b> |                   |

# CAPITULO VI

## EVALUACIÓN FINANCIERA

El concepto de evaluación está relacionado con la capacidad de cuantificar, medir y señalar el mérito de un proyecto frente a otras posibilidades consideradas viables, apreciando sus diferencias a través de cálculos que inducen a enfrentar o no el riesgo propio de invertir en empresas, negocios o actividades económicas en general.

### **6.1 Valor Actual Neto**

Al aplicar el criterio de Valor Actual Neto, que consiste en determinar el valor presente de los flujos de ingresos y gastos generados durante el periodo de vida útil del proyecto, la diferencia entre los valores actuales de los flujos de ingresos y gastos puede ser igual a cero, indicando que el proyecto renta justo lo que el inversionista exige a la inversión, si el resultado es mayor a cero, hay que considerar la inversión realizada como atractiva; pues, se están generando un remanente por sobre lo exigido; por el contrario, si la diferencia es menor que cero, el proyecto no es viable, ya que el valor obtenido debe interpretarse como la cantidad que falta para que el proyecto rente lo exigido por el inversionista.

El VAN del proyecto se presenta en los Cuadros 6.2 y 6.3.

### **6.2 Tasa Interna de Retorno**

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

La tasa interna de retorno se define como el valor de la tasa de actualización en que se iguala el valor actual de los ingresos con el valor actual de los egresos, para lo cual es necesario el Flujo de Caja.

La decisión de llevar adelante el proyecto se tomaría si el valor obtenido de la TIR es mayor que la tasa mínima vigente en el mercado, lo cual está íntimamente relacionado con el costo de oportunidad, la TIR del proyecto se presenta en los Cuadros 6.2 y 6.3.

### 6.3 Tasa Mínima de Retorno (TMAR)

Para tomar la decisión de ejecutar el proyecto, los inversionistas exigen una tasa mínima de ganancia sobre la inversión que efectúan, por lo que se espera que esta tasa sea por lo menos igual al costo promedio ponderado de la institución de crédito.

La TMAR tiene dos componentes:

$$\text{TMAR} = \text{Tasa activa} + \text{Tasa de riesgo}$$

Tasa Activa : 15,39%

Tasa de Riesgo : 5,0%

Para el proyecto sería:

$$\text{TMAR} = 15,39 + 5,0$$

$$\text{TMAR} = 20,39 \%$$

### 6.4 Determinación de la Tasa de Descuento

La tasa de descuento para el inversionista se denomina también costo ponderado de capital, el cuál depende de la estructura de financiamiento del proyecto.

Para determinar la tasa de descuento del inversionista se debe calcular el Costo Promedio Ponderado del Capital, como se muestra a continuación:

**Cuadro 6.1**  
**Tasa de Descuento**

| MONTO (USD)      | % NOMINAL | % PONDERADO  |
|------------------|-----------|--------------|
| 44.562,75        | 20,39     | 10,49        |
| 42.021,92        | 15,39     | 7,47         |
| <b>86.584,67</b> |           | <b>17,96</b> |

**Cuadro 6.2**  
**Cálculo de VAN y TIR con financiamiento**

| FLUJO CON FINANCIAMIENTO |                   |                   |                  |                  |                   |           |
|--------------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-----------|
| <b>TMAR</b>              | 17,96%            |                   |                  |                  |                   |           |
| AÑOS                     | INGRESOS          | EGRESOS           | FLUJO DE FONDOS  | FF.ACTUALIZADOS  | F.F. ACUMULADOS   | REPAGO    |
| 0                        | 0,00              | 43.890,40         | -43.890,40       | -43.890,40       |                   |           |
| 1                        | 126.263,54        | 91.005,34         | 35.258,20        | 29.889,96        | 29.889,96         | 29.889,96 |
| 2                        | 141.167,86        | 116.786,93        | 24.380,93        | 17.521,88        | 47.411,84         | 17.521,88 |
| 3                        | 156.072,18        | 122.635,64        | 33.436,54        | 20.371,22        | 67.783,06         | -3.521,44 |
| 4                        | 170.976,50        | 129.238,63        | 41.737,87        | 21.557,14        | 89.340,21         |           |
| 5                        | 230.593,79        | 124.905,41        | 105.688,38       | 46.275,74        | 135.615,95        |           |
| <b>VAN</b>               | <b>492.852,76</b> | <b>401.127,21</b> | <b>91.725,55</b> | <b>91.725,55</b> | <b>227.341,49</b> |           |

|               |             |             |
|---------------|-------------|-------------|
| <b>TIR%</b>   | 77,31%      |             |
| <b>R b/c</b>  | 1,23        |             |
| <b>REPAGO</b> | 1,83        | <b>AÑOS</b> |
| <b>VAN</b>    | \$91.725,55 |             |

**Cuadro 6.3**  
**Cálculo del VAN y TIR sin financiamiento**

| FLUJO SIN FINANCIAMIENTO |                      |                      |                        |                        |                        |               |
|--------------------------|----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|---------------|
| <b>TMAR</b>              | <b>20,39%</b>        |                      |                        |                        |                        |               |
| <b>AÑOS</b>              | <b>INGRESOS</b>      | <b>EGRESOS</b>       | <b>FLUJO DE FONDOS</b> | <b>FF.ACTUALIZADOS</b> | <b>F.F. ACUMULADOS</b> | <b>REPAGO</b> |
| 0                        | 0,00                 | 86.584,67            | -86.584,67             | -86.584,67             |                        |               |
| 1                        | 126.263,54           | 74.791,76            | 51.471,78              | 42.754,20              | 42.754,20              | 42.754,20     |
| 2                        | 141.167,86           | 101.220,56           | 39.947,30              | 27.561,74              | 70.315,94              | 27.561,74     |
| 3                        | 156.072,18           | 107.823,43           | 48.248,75              | 27.651,25              | 97.967,19              | 27.651,25     |
| 4                        | 170.976,50           | 115.305,18           | 55.671,32              | 26.501,46              | 124.468,65             | -11.382,52    |
| 5                        | 230.593,79           | 111.995,93           | 118.597,86             | 46.894,81              | 171.363,46             |               |
| <b>VAN</b>               | <b>\$ 464.292,34</b> | <b>\$ 379.513,55</b> | <b>\$ 84.778,79</b>    | <b>84.778,79</b>       | <b>256.142,25</b>      |               |

|               |             |             |
|---------------|-------------|-------------|
| <b>TIR%</b>   | 54,35%      |             |
| <b>R b/c</b>  | 1,22        |             |
| <b>REPAGO</b> | 2,57        | <b>AÑOS</b> |
| <b>VAN</b>    | \$84.778,79 |             |

## 6.5 Periodo de Recuperación o Repago

El plazo de recuperación real de la inversión inicial del presente proyecto, se basa en los flujos que genera en cada periodo de su vida útil. El periodo de recuperación del proyecto será en 1,83 años, tiempo en el cual los ingresos justificarán a los egresos.

$$\text{PR del proyecto} = 1,83 \text{ años}$$

En un periodo aproximado de 2 años, se recupera la inversión realizada, lo cual es conveniente pues cumple con los objetivos e intereses de los accionistas.

## 6.6 Relación Beneficio - Costo

La relación Beneficio / Costo está representada por la relación:

$$B / C = \frac{\text{Flujo de fondos actualizados}}{\text{Inversión inicial}}$$

En donde los ingresos y egresos están determinados de acuerdo al Flujo de Caja.

Una relación  $B/C > 1$ , implica que los ingresos son mayores a los egresos, por lo que el proyecto es aceptable, para el presente proyecto, la relación beneficio / costo es de 1,23 lo que implica que los ingresos exceden a los egresos.

$$\text{RAZON B/C del inversionista} = \$1,23$$

## 6.7 Análisis de Sensibilidad

Este procedimiento se aplica en el proyecto para determinar cuánto se afecta la TIR ante el cambio de en determinadas variables del proyecto.

El proyecto tiene una gran cantidad de variables, como son los costos totales, ingresos, volumen de producción, tasa y cantidad de financiamiento, etc., como norma general, el análisis de sensibilidad no está encaminado a modificar cada una de estas variables para observar su efecto sobre la TIR, de hecho, hay variables que al modificarse afectan a automáticamente a las demás o su cambio puede ser compensado de inmediato.

Es así, que no sería un buen análisis modificar el precio de la materia prima y ver su efecto sobre la TIR ni alterar alguno de los costos de producción, administración o ventas en forma aislada para observar ese cambio, cotidianamente se informa que el precio de algún artículo ha subido como consecuencia de que lo hizo el precio de sus insumos. El productor compensa de inmediato ese aumento en sus costos elevando el precio de venta de su producto para mantener el margen de utilidad acostumbrado.

A pesar de lo expuesto, hay variables que están fuera de control del empresario y sobre ellas si es necesario aplicar un Análisis de Sensibilidad, la primera de estas variables es el volumen de producción que afecta directamente a los ingresos y la segunda variable es el nivel de financiamiento y la tasa de interés de este, que afecta a los Flujos Netos de Efectivo y, por lo tanto, a la TIR.

Tomando en consideración estas variables, para el proyecto se asumen tres escenarios:

Normal, Optimista y Pesimista, en los cuales se aplicó un incremento y disminución del 15% en ingresos y egresos; luego de lo cual se puede observar que el proyecto soporta hasta este valor en un escenario optimista en ingresos y egresos.

En un escenario pesimista, el proyecto puede soportar hasta una disminución del 30,2% de los ingresos y un incremento de hasta el 45,6% de los egresos.

**Cuadro 6.4**  
**Análisis de Sensibilidad**

| VARIABLE                     | CON FINANCIAMIENTO |               |             | SIN FINANCIAMIENTO |               |             | INTERPRETACIÓN                   |
|------------------------------|--------------------|---------------|-------------|--------------------|---------------|-------------|----------------------------------|
|                              | VAN                | TIR           | R B/C       | VAN                | TIR           | R B/C       |                                  |
| <b>PROYECTO</b>              | <b>91.725,55</b>   | <b>77,31%</b> | <b>1,23</b> | <b>84.778,79</b>   | <b>54,35%</b> | <b>1,22</b> | ACEPTABLE                        |
| INGRESOS                     |                    |               |             |                    |               |             |                                  |
| ESCENARIO OPTIMISTA (+15%)   | 83.821,02          | 69,90%        | 1,23        | 56.231,26          | 40,10%        | 1,39        | ACEPTABLE                        |
| ESCENARIO PESIMISTA (-30,2%) | 91,79              | 18,02%        | 1,00        | -1.516,32          | 19,72%        | 1,25        | ACEPTABLE C/F<br>INACEPTABLE S/F |
| EGRESOS                      |                    |               |             |                    |               |             |                                  |
| ESCENARIO OPTIMISTA (-15%)   | 68.583,90          | 57,60%        | 1,21        | 41.667,61          | 33,99%        | 1,45        | ACEPTABLE                        |
| ESCENARIO PESIMISTA (+45,6%) | 41,07              | 18,00%        | 1,00        | -798,63            | 19,98%        | 1,09        | ACEPTABLE C/F<br>INACEPTABLE S/F |

# CAPITULO VII

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- El producto ofrecido por Escargots del Ecuador, es un producto natural que tiene una gran acogida por el mercado Español, donde la demanda potencial insatisfecha para el año 2007 se estimó en 118 toneladas métricas para el primer año y de 216 toneladas métricas para el quinto año de operación, siempre que los pronósticos macroeconómicos se mantengan dentro de los límites señalados. Sobre el precio y su comercialización, no se detectan problemas probables, por lo que, desde el punto de vista del mercado, el proyecto se presenta atractivo y como una alternativa rentable de negocio.
- El mercado Español brinda oportunidades por la preferencia y aceptación que este producto tiene entre sus habitantes, quienes tienen una considerable cantidad de consumo promedio de caracoles.
- El estudio técnico permite observar que el objetivo de disponer de la tecnología de producción y que no existe impedimento para obtener el producto, ya que éste demuestra que se conoce y domina con detalle la tecnología para cultivar caracoles.
- Al realizar el estudio de ubicación de la empresa mediante la matriz de localización tomando en consideración los factores como: clima, suelo, disponibilidad de agua, mano de obra, vías de acceso y distancia al puerto de embarque, se determinó que el lugar más adecuado es el sector de Belisario Quevedo.
- Al ser una empresa pequeña que comenzará con un solo producto y con el fin de una adecuada toma de decisiones, se utilizará una organización con diferenciación horizontal, con una distribución de personal de acuerdo a sus funciones.



- La evaluación financiera muestra que la comercialización de caracoles vivos es viable, definido por una TIR y VAN favorables para el proyecto e inversionista, obteniendo por cada dólar invertido 23 centavos de ganancia en un periodo de recuperación de aproximadamente dos años.

## **7.2 Recomendaciones**

- Mantener una continua investigación de mercado con el fin de monitorear los cambios que puedan ocurrir en las preferencias de los consumidores.
- Cultivar la especie de caracol gross gris de acuerdo a las preferencias del mercado.
- Mantener rigurosos controles de producción, aplicando el método de crianza mixto, que permita obtener unos caracoles de calidad y las cantidades suficientes y oportunas de acuerdo al requerimiento del intermediario español.
- Como lo demuestra el análisis de localización, se recomienda ubicar la empresa en el sector de Belisario Quevedo.
- Mantener la estructura organizacional plana durante la vida útil del proyecto.
- Se recomienda ejecutar el proyecto, ya que una vez que se ha realizado el estudio pertinente, se obtiene como resultado un proyecto viable y rentable, de acuerdo a los índices financieros obtenidos.





## BIBLIOGRAFÍA

- ALTERNATIVAS Ganaderas, 2000, Helicicultura como una alternativa Productiva Madrid, España.
- BANCO CENTRAL del Ecuador (BCE), 2001, Código Nandina de importaciones y exportaciones, Quito, Ecuador. <http://www.bce.fin.ec>
- BARRIER, J. 1980. Como ganar dinero con la crianza del caracol. Barcelona, España.
- BERRÚ, M.; LÓPEZ, M. 2000. Proyecto de crianza y comercialización de caracol comestible destinado al mercado francés. Quito, Ecuador. Universidad de las Américas.
- CALDERÓN, E.; MOLINA. O.; SÁNCHEZ, N. 1999. Manual de helicicultura, cría del caracol “*Helix aspersa*”. Fundación Universitaria de Colombia
- CÁMARA DE Comercio de Guayaquil. 2000. Como exportar sin aranceles a la Unión Europea col el SPG andino. Quito, Ecuador.
- CÁMARA DE Comercio e Industria Franco Ecuatoriana (CCIFEC). 1997. Memorias del curso de crianza de caracoles comestibles. Quito, Ecuador.
- CASA CAMPESINA de Cayambe. 1999. Manual de crianza y manejo de caracoles. Cayambe, Ecuador.
- CENTRO DE Helicultores Argentinos. 2000. Cría, alimentación y comercialización del caracol. Buenos Aires, Argentina. <http://www.cedeha.com/caracol>
- COOPHEMS. 2000. Helicicultura. Sao Paulo, Brasil. <http://www.coophems.com>
- CORBIS. 2000. Comercialización del escargot. <http://www.corbis.com>
- CORPORACIÓN DE Fomento para la Pequeña y Mediana Empresa (CORPOFYM). 1999. Manual de manejo y producción de caracoles. Quito, Ecuador.
- CORPORACIÓN FINANCIERA Nacional (CFN). 1999. Perfil de proyecto del cultivo comercial de escargot para exportación. Subgerencia de promoción. Quito, Ecuador.
- CORPORACIÓN PROMOCIÓN de Exportaciones e Inversiones (CORPEI). 2001. Trámites requeridos para importaciones y exportaciones. Quito, Ecuador. <http://www.corpei.org>
- CUELLAR, R.; CUELLAR, L.; PEREZ T. 1991. Helicicultura, cría moderna de caracoles. Madrid, España.
- ESCARGOTS FUNCIA. 2000. Experiencias en helicicultura. Sao Paulo, Brasil. <http://www.escargot.com.br/esp/arqui>

- ESCARGOT Y HELICICULTURA. 2000. Caracol y cría. Francia.  
<http://www.free.fr/eng/index>
- FONTANILLA, J. 1989. El caracol, biología, patología y heliocultura. Madrid, España.
- GALLEGOS, N.; MONROY, K. 1999. Tesis de factibilidad económica de escargot. Quito, Ecuador. Universidad de Negocios del Pacífico.
- GALLO, G. 1998. El caracol, cría y explotación. Madrid, España. p. 87, 98, 118, 121 - 122, 139.
- HELIX INVEST. 2000. Perfil del proyecto para el cultivo de caracoles de exportación. Quito, Ecuador.
- INSTITUTO BRASILEIRO de Helicicultura (IBH). 2000. Sistemas de manejo técnico del caracol. Sao Paulo, Brasil. <http://www.ibh.com>
- INSTITUTO INTERNACIONAL de Helicicultura. 2000. Guía completa de heliocultura. Cherrasco, Italia. <http://www.sirio.it/Ist.Elici/elicil>
- MARASCO, F.; MURCIANO, C. 2000. Guía completa de la cría de caracoles. Barcelona, España.
- MINISTERIO DE Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Turismo (MICIP). 1999. Compendio de requisitos y trámites de exportación. Quito, Ecuador.
- MIOULANE, P. 1995. Los caracoles, cría moderna y rentable. Barcelona, España.
- RAISING SNAIL. 2000. Departamento de EE.UU. de Agricultura. Meryland, USA.  
[http://www.nal.usda.gov/afsic/AFSIC\\_pubs/srb](http://www.nal.usda.gov/afsic/AFSIC_pubs/srb)
- RIDER'S RANCH ESCARGOT. 2000. Escargot, presentaciones y comercialización. New York, USA. <http://www.jdsnails.com>

# ANEXO “A”

## EMPRESAS ESPAÑOLAS QUE IMPORTAN CARACOLES

 Manual de usuario (360 KB)  Incorpore su empresa (23 KB)  Tríptico (260 KB)  Alta Online en el directorio



**Import. / Export.:**

**Año:**

**Tramo operaciones:**

**Nombre empresa:**

**Producto:**

**Area Nacional:**

**Area Internacional:**

SERVICIO GRATUITO

[Consultar](#) [Limpiar](#)

**CONSULTA REALIZADA**

[Estadísticas de Comercio Exterior](#)

Empresas que durante el año **05** han realizado operaciones de **importación**

**8.557 empresas encontradas.** [1 - 100]  
Se listan un máximo de 500 .

[Pág. Siguiente](#)

- Manual de usuario (360 KB)
- Incorpore su empresa (23 KB)
- Tríptico (260 KB)
- Alta Online en el directorio



**Import. / Export.:**

**Año:**

**Tramo operaciones:**

**Nombre empresa:**

**Producto:**

**Area Nacional:**

**Area Internacional:**

SERVICIO GRATUITO

[Consultar](#) [Limpiar](#)

**CONSULTA REALIZADA**

[Estadísticas de Comercio Exterior](#)

Empresas que durante el año **05** han realizado operaciones de **importación** y que son **importadoras** de la sección: ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL

**429 empresas encontradas.** [1 - 100]  
Se listan un máximo de 500 .

[Pág. Siguiente](#)

**Import. / Export.:**

**Año:**

**Tramo operaciones:**

**Nombre empresa:**

**Producto:**

**Area Nacional:**

**Area Internacional:**

SERVICIO GRATUITO

Consultar

 CONSULTA REALIZADA

[Estadísticas de Comer](#)

Empresas que durante el año **05** han realizado operaciones de **importación** y que son **import** del producto: Caracoles, incl. sin concha, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salada salmuera (exc. caracoles de mar).

121 empresas encontradas. [1 - 100]

[Pág. S](#)

## LISTADO DE EMPRESAS

[FRIGORIFICOS MARBAMAR SA](#)

[BAJAMAR DOCE SA](#)

[CAPRABO SA](#)

[CONSIGNACIONES DEL MAR SA](#)

[PROVIMAR SA](#)

[FRIGORIFICS FERRER. SA](#)

[BARRUFET E HIJOS SA](#)

[DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE PESC](#)

[CONSIGNACIONES AIXA E HIJOS SA](#)

[CONGELADOS ALTAMAR. SA](#)

[PRODUCTOS CONGELADOS DEL SUR SA](#)

[GOROFISH SA](#)

[COMERCIO INTERNACIONAL DE ALIMENTOS DEL](#)

[FRIOKO SA](#)

[FRIGORIFICS ROS SA](#)

[KRUSTAGROUP SA](#)

[PESQUERA JICOR SA](#)

[PESQUERAS BELIMAR SA](#)  
[BUENAVENTURA BORRAS SA](#)  
[LOPEZ FREIRE SA](#)  
[MARKETING MIX SA](#)  
[ANRIMAR SA](#)  
[INDUSTRIAS Y CULTIVOS MARINOS SA](#)  
[PRODUCTOS AVICOLAS GUERRA SA](#)  
[GOROPESCA SA](#)  
[GALPESCA IMPORT-EXPORT, SA](#)  
[FRIGORIFICOS FANDIÑO SA](#)  
[PESQUERIAS ALONSO SA](#)  
[ALGARPESCA SA](#)  
[JAIME LLORCA SA](#)  
[AHUMADOS CANARIOS SA](#)  
[PANAMERICAN FISH SA](#)  
[CONSERVAS DEL NOROESTE SA](#)  
[MOLUSCOS RIAS BAIXAS SA](#)  
[PESCANOVA SA](#)  
[THENAISIE-PROVOTE SA](#)  
[PESCAPUERTA SA](#)  
[IBERICA DE CONGELADOS SA](#)  
[ARMADORA PEREIRA SA](#)  
[MARFRIO SA](#)  
[PRODUCTOS IMPORTADOS DE ALIMENTACION SA](#)  
[ABEL FERNANDEZ SA](#)  
[PESCADOS BARANDICA SA](#)  
[PESCATRADE SA](#)  
[JUAN JOSE SOLA RICCA SA](#)  
[MANUEL BAREA SA](#)  
[CONGELADOS ROMERO SA](#)  
[CEREZO BERZOSA SA](#)  
[PEREZ VIÑAS SA](#)  
[ROSSDUEL, SA](#)  
[CONGELATS REUNITS, SA](#)  
[COSTA-PLETT TRADE, SA](#)  
[JAPOFISH SA](#)  
[FRUDESA SA](#)  
[PESCADOS JUASO SL](#)  
[PESCADOS DEPESCADEN SL](#)  
[GARCIDEN S.L.](#)  
[MOREY ESTEVA SL](#)  
[CONGELADOS SOL MAR SL](#)  
[JUAN BLANQUE SL](#)

[PESCALUNA,S.L.](#)  
[VENTAPESCA SL](#)  
[JOSE LUIS CORREA KESSLER SL](#)  
[FERNANDO REYERO SL](#)  
[C.M.A. MERCADOS INTERNACIONALES, SL](#)  
[CALVO CONSERVAS SL](#)  
[CORREA PESCADOS CORUÑA, SL](#)  
[VENTO-COMERCIO EXTERIOR, SL](#)  
[CONGELATS OLOT SL](#)  
[DEPURADORA SERVIMAR, SL](#)  
[PESQUERAS GOBER SL](#)  
[PESCADOS Y MARISCOS COSTA HUELVA SL](#)  
[MARISCOS CASTELLAR SL](#)  
[MARTINEZ DE QUEL SL](#)  
[PESCADOS RUBEN, SL](#)  
[PESCADOS RIVERO SL](#)  
[PESCAPISA SL](#)  
[CI FISH SL](#)  
[PESCADOS CARTAGENA SL](#)  
[TUDELA INTERNACIONAL FISH SL](#)  
[FRIGORIFICOS PREMAR,SL](#)  
[CONGELADOS LOLI,SL.](#)  
[AFRAMAR SL](#)  
[DISTRIBUIDORA DE CEFALOPODOS SL](#)  
[CONGELADOS HERBANIA SL](#)  
[CANPESCA SL](#)  
[RODA INTERNACIONAL CANARIAS SL](#)  
[BRAVOSUR SL](#)  
[INVERPESCA FISH SL](#)  
[FRIGORIFICOS ROSA DE LOS VIENTOS SL](#)  
[GOVIFISH SL](#)  
[COMERCIAL ELOY ROCIO MAR SL](#)  
[ANGEL LOPEZ SOTO SL](#)  
[EURO MAR VIGO, SL](#)  
[BLUE SEA, SL](#)  
[VIGOPEIXE, SL](#)  
[ELABORADOS MARUSIA SL](#)  
[LUSO GALAICA DE CONGELADOS SL](#)  
[KUNYMAN SL](#)  
[VIVEROS LARRAMAR SL](#)



902 100 096

[Info-País C@meral](#)  
(Situación económica países)



**Import. / Export.:**

**Año:**

**Tramo operaciones:**

**Nombre empresa:**

**Producto:**

**Area Nacional:**

**Area Internacional:**

SERVICIO GRATUITO

Consultar

 CONSULTA REALIZADA

[Estadísticas de Comer](#)

Empresas que durante el año **05** han realizado operaciones de **importación** y que son **import** del producto: Caracoles, incl. sin concha, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salad salmuera (exc. caracoles de mar)

121 empresas encontradas. [101 - 121]

## LISTADO DE EMPRESAS

[HERME ORTIZ SL](#)  
[CARACOLES GUTIERREZ SL](#)  
[PF 60 SL](#)  
[CONGELACION DE PESCADOS CATARROJA SL](#)  
[MARTINEZ MORENO HERMANOS SL](#)  
[CONGELADOS NORMA SL](#)  
[TALAFOOD SL](#)  
[SEALORD SPAIN, SL](#)  
[SCANFISK SEAFOOD SL](#)  
[PESCADOS CIABOGA, SL](#)  
[MAR FISH, SL](#)  
[MANET IMPORT, SL](#)  
[BAGES CARGOL, SL](#)  
[MARESMAR, SL](#)  
[MERCAPESCA IMPORT.-EXPORT.,SL](#)  
[PESCIRO, SL](#)  
[CASA SOMORROSTRO SL](#)

[MARISCOS CRUZ CONDE SL](#)

[IBERANGUS INTERNACIONAL SL](#)

[KOWLONG IMP Y EXP INTERNACIONAL SL](#)

[DISTRIBUCIONES VALPEIX SL](#)



902 100 096

[Info-País C@meral](mailto:Info-País C@meral)  
(Situación económica países)

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## BAJAMAR DOCE SA

### Datos localización:

LG MUELLE DE RIBERA PARCELA 12  
35008 LAS PALMAS - PALMAS GRAN CANARIA (CANARIAS)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ASTRID GÓMEZ GARAICOA  
Página web: <http://www.bajamar.es>  
Correo electrónico: [bajamar@doce.es](mailto:bajamar@doce.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Las Palmas  
C/ Leon y Castillo, 24  
35003 - Las Palmas de Gran Canaria  
Tel.: 928 39 10 45 Fax: 928 36 23 50

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## CAPRABO SA

### Datos localización:

CL CIENCIAS 135 BJ  
08908 HOSPITALET - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono: 972822444  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

- 02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES
- 03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS
- 04 LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS DE AVE; MIEL NATURAL; PRODUCTOS COMESTIBLES DE ORIGEN ANIMAL NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE
- 11 PRODUCTOS DE LA MOLINERÍA; MALTA; ALMIDÓN Y FÉCULA; INULINA; GLUTEN DE TRIGO
- 14 MATERIAS TRENZABLES Y DEMÁS PRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE
- 16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS
- 17 AZÚCARES Y ARTÍCULOS DE CONFITERÍA
- 19 PREPARACIONES A BASE DE CEREALES, HARINA, ALMIDÓN, FÉCULA O LECHE; PRODUCTOS DE PASTELERÍA

### Más datos:

Persona de contacto: PEDRO CARBO LOZA  
Página web: <http://www.caprabo.es>  
Correo electrónico: [info@caprabo.com](mailto:info@caprabo.com)  
Marcas registradas: CAPRABO%NATUR CAPRABO%VINE A.... CAPRABO%CAPRABO AUTOSERVICIOS CAPRABO, S.A. BARCELONA - ESPAA%BROK  
Otros datos: mas de 500 Empleados-más de 60.000.000 de Euros

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## BAGES CARGOL, SL

### Datos localización:

CM DE CASTELLTALLAT 0  
08259 FONOLLOSA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGELIA  
ARGENTINA  
CHILE  
PERU  
TURQUIA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: MARIA CONCEPCION ESTANY COTS  
Página web: <http://www.bages.es>  
Correo electrónico: [bages.cargol@mail.es](mailto:bages.cargol@mail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos: de 6 a 10 Empleados-de 600.001 a 1.500.000 de Euros

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Manresa  
Plaza Pedregar, 1  
08241 - Manresa (Barcelona)  
Tel.: 93 872 42 22 Fax: 93 872 77 66

## CARACOLES GUTIERREZ SL

### Datos localización:

PG PINO PARCELA 31 NAVE 2  
41016 SEVILLA - SEVILLA (ANDALUCIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

MARRUECOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS

### Más datos:

Persona de contacto: ANTONIO CORRETJIA B.  
Página web: <http://www.caracolesgutierrez.es>  
Correo electrónico: [carguti@carguti.es](mailto:carguti@carguti.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Sevilla  
Plaza de la Contratacion, 8  
41004 - Sevilla  
Tel.: 954 21 10 05 Fax: 954 22 56 19

## PROVIMAR SA

### Datos localización:

CL MUELLE S BELTRAN TING 3 N 1  
08039 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono: 963231799

Fax:

Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros

Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)



### Importa de (2005):

ALEMANIA  
ARABIA SAUDI  
ARGENTINA  
AUSTRIA  
BELGICA  
BRASIL  
CANADA  
CHINA  
COSTA DE MARFIL (COTE D'IVOIRE)  
DINAMARCA  
EGIPTO  
EMIRATOS ARABES UNIDOS  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FILIPINAS  
FRANCIA  
GIBRALTAR  
GRECIA  
HONG KONG  
HUNGRIA  
INDIA  
INDONESIA  
IRLANDA  
ITALIA  
JAMAICA  
JAPON  
LITUANIA  
MALASIA  
MARRUECOS  
MAURITANIA  
MEXICO  
MYANMAR (ANTIGUAMENTE BIRMANIA)  
NORUEGA  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
PANAMA  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
REPUBLICA DOMINICANA  
SUECIA  
SUIZA  
SURINAM  
TAILANDIA  
TURQUIA  
VENEZUELA



### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
04 LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS DE AVE; MIEL NATURAL; PRODUCTOS COMESTIBLES DE ORIGEN ANIMAL NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
08 FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CÍTRICOS), MELONES O SANDÍAS  
09 CAFÉ, TÉ, YERBA MATE Y ESPECIAS  
10 CEREALES  
11 PRODUCTOS DE LA MOLINERÍA; MALTA; ALMIDÓN Y FÉCULA; INULINA; GLUTEN DE TRIGO  
15 GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO; GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
17 AZÚCARES Y ARTÍCULOS DE CONFITERÍA  
18 CACAO Y SUS PREPARACIONES  
19 PREPARACIONES A BASE DE CEREALES, HARINA, ALMIDÓN, FÉCULA O LECHE; PRODUCTOS DE PASTELERÍA  
20 PREPARACIONES DE HORTALIZAS, DE FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS  
21 PREPARACIONES ALIMENTICIAS DIVERSAS  
22 BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE  
24 TABACO Y SUCEDÁNEOS DEL TABACO ELABORADOS  
29 PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS  
33 ACEITES ESENCIALES Y RESINOIDES; PREPARACIONES DE PERFUMERÍA, DE TOCADOR O DE COSMÉTICA



### Más datos:

Persona de contacto: FERNANDO PUCHE DONA  
Página web: <http://www.provimar.es>  
Correo electrónico: [bra.borras@retemail.es](mailto:bra.borras@retemail.es)  
Marcas registradas: VPM PROVIMAR, S.  
Otros datos: de 251 a 500 Empleados-más de 60.000.000 de Euros



### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01



[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## FRIGORIFICS FERRER, SA

### Datos localización:

CL DEL MAS DE BIGAS 2  
08500 VIC - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

AUSTRALIA  
BELGICA  
CHINA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
INDONESIA  
NUEVA ZELANDA  
PAISES BAJOS  
REINO UNIDO  
SUECIA  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: FELIX FERRER FARGAS  
Página web: <http://www.ferrer.com>  
Correo electrónico: [ferrer.friigo@infonet.es](mailto:ferrer.friigo@infonet.es)  
Marcas registradas: CUA BLAVA%COLA AZUL%FELIFRED%FE  
Otros datos: de 101 a 250 Empleados-de 15.000.001 a 30.000.000 de Euros

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01



[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## BARRUFET E HIJOS SA

### Datos localización:

CL LONGITUDINAL 8 97  
08040 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono: 933362911  
Fax: 933364258  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
AUSTRALIA  
FRANCIA  
GRECIA  
IRLANDA  
ITALIA  
MEXICO  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
SUDAFRICA  
SUECIA  
TUNEZ  
URUGUAY

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: HIGINIO BARRUFET MONTBLANCH  
Página web: <http://www.barrufet.com>  
Correo electrónico:  
Marcas registradas:  
Otros datos: de 51 a 100 Empleados-de 30.000.001 a 60.000.000 de Euros

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01



## BUENAVENTURA BORRAS SA

### Datos localización:

PD QUATRE PILANS 15 B  
25197 LLEIDA - LLEIDA (CATALUÑA)  
Teléfono: 973200300  
Fax: 973205141  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

AUSTRALIA  
BELGICA  
FRANCIA  
INDIA  
ISLANDIA  
NUEVA ZELANDA  
PAISES BAJOS  
REINO UNIDO  
SUDAFRICA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: JORDI BORRAS  
Página web: <http://www.gelpur.com>  
Correo electrónico: [bra.borras@retemail.es](mailto:bra.borras@retemail.es)  
Marcas registradas: GEL PUR  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Lleida  
C/ Anselm Clave, 2  
25007 - Lleida  
Tel.: 973 23 61 61 Fax: 973 24 74 67

## PESCADOS BARANDICA SA

### Datos localización:

BO S MARTIN PEÑACASTILLO 214  
39011 SANTANDER - SANTANDER (CANTABRIA)  
Teléfono: 942336088  
Fax: 942336236  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

AUSTRALIA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
NUEVA ZELANDA  
PAISES BAJOS  
SUECIA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
20 PREPARACIONES DE HORTALIZAS, DE FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS  
84 REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MÁQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; PARTES DE ESTAS MÁQUINAS O APARATOS

### Más datos:

Persona de contacto: RAFAEL PUYOL MUÑIZ  
Página web: <http://www.barandica.es>  
Correo electrónico: [fpb@barandica.es](mailto:fpb@barandica.es)  
Marcas registradas: BARANDICA  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Cantabria  
Plaza Velarde, 5  
39001 - Santander (Cantabria)  
Tel.: 942 31 80 00 Fax: 942 31 43 10

## PESCATRADE SA

### Datos localización:

PG IND. HERAS, PARCELA 300  
39792 MEDIO CUDEYO - SANTANDER (CANTABRIA)  
Teléfono: 942544640  
Fax: 942559838  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
AUSTRALIA  
BRASIL  
COLOMBIA  
ECUADOR  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FRANCIA  
HONDURAS  
INDIA  
PAISES BAJOS  
PERU  
REINO UNIDO  
RUSIA  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
61 PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO

### Más datos:

Persona de contacto: JOSEFA CORONEL BARRANTES  
Página web: <http://www.pescatrade.com>  
Correo electrónico: [info@pescatrade.com](mailto:info@pescatrade.com)  
Marcas registradas: PESCATRADE  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Cantabria  
Plaza Velarde, 5  
39001 - Santander (Cantabria)  
Tel.: 942 31 80 00 Fax: 942 31 43 10

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## MARTINEZ DE QUEL SL

### Datos localización:

CL VALDEGASTEA 0  
26006 LOGROÑO - RIOJA (LA RIOJA)  
Teléfono: 941287000  
Fax: 941287616  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
BELGICA  
ITALIA  
MALASIA  
OMAN  
PAISES BAJOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
19 PREPARACIONES A BASE DE CEREALES, HARINA, ALMIDÓN, FÉCULA O LECHE; PRODUCTOS DE PASTELERÍA

### Más datos:

Persona de contacto: CLAUDIO SANTOAYA PALACIOS  
Página web: <http://www.mardequel.com>  
Correo electrónico: [claudio@mardequel.com](mailto:claudio@mardequel.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos: Todo tipo de productos congelados(pescados, prparados, carnes, verduras...)

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de La Rioja  
C/ Portales, 12  
26001 - Logroño (La Rioja)  
Tel.: 941 24 85 00 Fax: 941 23 99 65

## PESCADOS RUBEN, SL

### Datos localización:

PQ NOIS 0  
27893 FOZ - LUGO (GALICIA)  
Teléfono: 98213673  
Fax: 982136669  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1998](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

CHINA  
MALASIA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: CONCEPCION BLANCO  
Página web: <http://www.pescadosruben.com>  
Correo electrónico: [info@pescadosruben.com](mailto:info@pescadosruben.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Cámara de Lugo  
Avda. Ramon Ferreiro, 18  
27002 - Lugo  
Tel.: 982 28 43 00 Fax: 982 24 43 01



[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## SCANFISK SEAFOOD SL

### Datos localización:

MC MERCAZARAGOZA 0  
50014 ZARAGOZA - ZARAGOZA (ARAGON)  
Teléfono: 976471228  
Fax: 976471126  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
SUDAFRICA  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ANDREA FERRER  
Página web: <http://www.scanfisk.es>  
Correo electrónico: [scanfisk@scanfisk.com](mailto:scanfisk@scanfisk.com)  
Marcas registradas: SCANFISK  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Zaragoza  
P Isabel la Catolica, 2  
50071 - Zaragoza  
Tel.: 976 30 61 61 Fax: 976 35 79 45

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## CONSIGNACIONES DEL MAR SA

### Datos localización:

MC PEIX 51  
08004 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono: 933365711  
Fax: 933365950  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BELGICA  
FRANCIA  
IRLANDA  
PAISES BAJOS  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS

### Más datos:

Persona de contacto: JUAN BOADA RENE  
Página web: <http://www.condemar.com>  
Correo electrónico: [conde.mar@indecnet.es](mailto:conde.mar@indecnet.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos: de 11 a 25 Empleados-de 15.000.001 a 30.000.000 de Euros

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## CONSIGNACIONES AIXA E HIJOS SA

### Datos localización:

CL MERCAT DEL PEIX 68  
08040 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGELIA  
BELGICA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
GRECIA  
ITALIA  
MARRUECOS  
MAURITANIA  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
TUNEZ

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: JAIME PIJUAN NOGUERON  
Página web: <http://www.aixa.es>  
Correo electrónico: [bra.aixa.aixa@retemail.es](mailto:bra.aixa.aixa@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos: de 11 a 25 Empleados-de 6.000.001 a 15.000.000 de Euros

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## CONGELADOS ALTAMAR, SA

### Datos localización:

LG MERCABARNA CASILLA N 42  
08040 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

DINAMARCA  
FRANCIA  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: FERNANDO LARAS  
Página web: <http://www.altamar.es>  
Correo electrónico: [conge-altamar@hispa.es](mailto:conge-altamar@hispa.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01

## PRODUCTOS CONGELADOS DEL SUR SA

### Datos localización:

CL MAGALLANES SN 0 0  
11011 CADIZ - CADIZ (ANDALUCIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

CHINA  
DINAMARCA  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FRANCIA  
GRECIA  
MARRUECOS  
MAURITANIA  
MEXICO  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
PERU  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
SENEGAL  
SUDAFRICA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
84 REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MÁQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; PARTES DE ESTAS MÁQUINAS O APARATOS

### Más datos:

Persona de contacto: GENARO SAN JOSÉ SANCHEZ  
Página web: <http://www.prodelmar.com>  
Correo electrónico: [sanjose.delmar@yahoo.es](mailto:sanjose.delmar@yahoo.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Cadiz  
C/ Antonio Lopez, 4  
11004 - Cadiz  
Tel.: 956 01 00 00 Fax: 956 25 07 10

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## GOROFISH SA

### Datos localización:

CR NACIONAL MADRID-CADIZ KM. 655  
11500 PUERTO ST MA - CADIZ (ANDALUCIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

CHINA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
INDIA  
IRLANDA  
ITALIA  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
REINO UNIDO  
SUDAFRICA  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: LETICIA ROCAS MENIZ  
Página web: <http://www.gorofish.com>  
Correo electrónico: [gorofish.rocas@retemail.es](mailto:gorofish.rocas@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Cadiz  
C/ Antonio Lopez, 4  
11004 - Cadiz  
Tel.: 956 01 00 00 Fax: 956 25 07 10

## COMERCIO INTERNACIONAL DE ALIMENTOS DEL

### Datos localización:

AV PUERTO 38 1  
15160 SADA - A CORUÑA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

DINAMARCA  
FRANCIA  
GRECIA  
IRLANDA  
ITALIA  
PAISES BAJOS  
SENEGAL  
SUECIA  
TURQUIA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: CRISTINA ARAÚJO  
Página web: <http://www.cominter.es>  
Correo electrónico: [alimentos@inter.es](mailto:alimentos@inter.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara A Coruña  
C/ Alameda, 30 - 32, 1  
15003 - A Coruña  
Tel.: 981 21 60 72 Fax: 981 22 52 08

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## FRIOKO SA

### Datos localización:

AV LAS AMERICAS BL A PT 2 1 3 DR  
15173 OLEIROS - A CORUÑA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
CHINA  
COREA DEL SUR  
INDIA  
NUEVA ZELANDA  
TAIWAN  
URUGUAY

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: RENATO RUZ VISCAYA  
Página web: <http://www.frioko.es>  
Correo electrónico: [frigorifiko@frioko.es](mailto:frigorifiko@frioko.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara A Coruña  
C/ Alameda, 30 - 32, 1  
15003 - A Coruña  
Tel.: 981 21 60 72 Fax: 981 22 52 08



[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## FRIGORIFICS ROS SA

### Datos localización:

CR DE ACCESO COSTA BRAVA SN 0  
17300 BLANES - GIRONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

FRANCIA  
GRECIA  
ITALIA  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
TUNEZ

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: JOSÉ PANCHIS  
Página web: <http://www.friigo-rossa.com>  
Correo electrónico: [joserossa@indecnet.com](mailto:joserossa@indecnet.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Girona  
Avda. Jaume I, 46  
17001 - Girona  
Tel.: 972 41 85 00 Fax: 972 41 85 01

## KRUSTAGROUP SA

### Datos localización:

AV HISPANO AMERICA 7  
21001 HUELVA - HUELVA (ANDALUCIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
AUSTRALIA  
BELGICA  
CHILE  
DINAMARCA  
FRANCIA  
IRLANDA  
ITALIA  
MALASIA  
MARRUECOS  
PAISES BAJOS  
PANAMA  
PERU  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
VENEZUELA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ALONSO BURBAN HENAO  
Página web: <http://www.krustagrup.com>  
Correo electrónico: [krusta.grup@latinmail.es](mailto:krusta.grup@latinmail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Huelva  
C/ Sor angela de La Cruz, 1  
21003 - Huelva  
Tel.: 959 54 01 26 Fax: 959 24 56 99



## LOPEZ FREIRE SA

### Datos localización:

RU XIAN-SANTIAGO SAAMASAS 7  
27296 LUGO - LUGO (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BELGICA  
MARRUECOS  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
39 PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS

### Más datos:

Persona de contacto: CATALINA CASTILLA  
Página web: <http://www.maresa.es>  
Correo electrónico: [info.maresa@maresa.com](mailto:info.maresa@maresa.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Lugo  
Avda. Ramon Ferreiro, 18  
27002 - Lugo  
Tel.: 982 28 43 00 Fax: 982 24 43 01

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## MARKETING MIX SA

### Datos localización:

CR VILLAV.A VALLEC KM 3,800 0  
28021 MADRID - MADRID (MADRID)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Menos de 100.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

AUSTRALIA  
MAURITANIA  
TUNEZ

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: FELIPE COSTA JUAN  
Página web: <http://www.maremix.es>  
Correo electrónico: [maremix@retemail.es](mailto:maremix@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Madrid  
C/ Ribera del Loira, 56-58  
28042 - Madrid  
Tel.: 91 538 35 00 Fax: 91 538 36 77

[Países](#)[T.A.R.I.C.](#)[C.N.A.E.](#)[Más datos](#)[Contacto Cámara](#)[Imprimir ficha](#)

## ANRIMAR SA

### Datos localización:

CL INGENIERO ALF.PE/A BOEUF 0 N  
28022 MADRID - MADRID (MADRID)

Teléfono:

Fax:

Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros

Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BRASIL  
DINAMARCA  
FRANCIA  
GRECIA  
ITALIA  
PAISES BAJOS  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: GUADALUPE FILLOL RUIZ

Página web: <http://www.anrimarsa.es>

Correo electrónico: [guada.fillol@geocities.es](mailto:guada.fillol@geocities.es)

Marcas registradas:

Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Madrid  
C/ Ribera del Loira, 56-58  
28042 - Madrid  
Tel.: 91 538 35 00 Fax: 91 538 36 77

## GOROPESCA SA

### Datos localización:

CR AZUCARERA-INTERLHORCE 20  
29004 MALAGA - MALAGA (ANDALUCIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
AUSTRALIA  
CHINA  
DINAMARCA  
GUINEA  
INDIA  
IRAN  
IRLANDA  
ITALIA  
MARRUECOS  
MAURITANIA  
NIGERIA  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
PANAMA  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: LUCIANO CARRERAS  
Página web: <http://www.goropesca.com>  
Correo electrónico: [bgr.pecsa@hispa.es](mailto:bgr.pecsa@hispa.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Malaga  
C/ Cortina del Muelle, 23  
29015 - Malaga  
Tel.: 952 21 16 73 Fax: 952 22 98 94

## GALPESCA IMPORT-EXPORT, SA

### Datos localización:

LG VILARIÑO 0  
32692 SANDIAS - OURENSE (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

MARRUECOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: RENATO BARRANCOS  
Página web: <http://www.galpesca-import-export.es>  
Correo electrónico: [galaimex@geocities.es](mailto:galaimex@geocities.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Ourense  
Avda. de la Habana, 30 bis  
32003 - Ourense  
Tel.: 988 23 31 16 Fax: 988 23 30 88



## FRIGORIFICOS FANDIÑO SA

### Datos localización:

AV GARCIA BARBON 62 1 E  
36201 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
AUSTRALIA  
CHINA  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
ESTONIA  
FRANCIA  
MEXICO  
MOZAMBIQUE  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
SENEGAL  
SUDAFRICA  
SUECIA  
URUGUAY  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
84 REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MÁQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; PARTES DE ESTAS MÁQUINAS O APARATOS

### Más datos:

Persona de contacto: MIGUEL FANDIÑO GARCÍA  
Página web: <http://www.fandinho.es>  
Correo electrónico: [migue.fandinho@aol.com](mailto:migue.fandinho@aol.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Vigo  
C/ Republica Argentina, 18 A  
36201 - Vigo (Pontevedra)  
Tel.: 986 43 25 33 Fax: 986 43 56 59



[Países](#)

[T.A.R.I.C.](#)

[C.N.A.E.](#)

[Más datos](#)

[Contacto Cámara](#)

[Imprimir ficha](#)

## PESQUERIAS ALONSO SA

### Datos localización:

CL JACINTO BENAVENTE 18 1  
36202 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

CHILE  
PERU

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ALONSO PIJUANES  
Página web: <http://www.pesqueria.es>  
Correo electrónico: [pesqueria@yupimail.es](mailto:pesqueria@yupimail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Vigo  
C/ Republica Argentina, 18 A  
36201 - Vigo (Pontevedra)  
Tel.: 986 43 25 33 Fax: 986 43 56 59

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## ALGARPESCA SA

### Datos localización:

CL VALVANERA DARSENA EXTERIO 0  
35008 LAS PALMAS - PALMAS GRAN CANARIA (CANARIAS)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

DINAMARCA  
ISRAEL  
JAPON  
MAURITANIA  
NORUEGA  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
SENEGAL  
SUDAFRICA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
69 PRODUCTOS CERÁMICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ALAN GARRIDO  
Página web: <http://www.algarpesca.com>  
Correo electrónico: [alangarrido@retemail.es](mailto:alangarrido@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Las Palmas  
C/ Leon y Castillo, 24  
35003 - Las Palmas de Gran Canaria  
Tel.: 928 39 10 45 Fax: 928 36 23 50

## JAIME LLORCA SA

### Datos localización:

AV DE LAS PETROLIFERAS 54  
35008 LAS PALMAS - PALMAS GRAN CANARIA (CANARIAS)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
BELGICA  
BRASIL  
CHILE  
CHINA  
CUBA  
FRANCIA  
JAPON  
PAISES BAJOS  
POLONIA  
REINO UNIDO  
SUDAFRICA  
TAILANDIA  
TANZANIA  
UGANDA  
URUGUAY  
VENEZUELA  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
04 LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS DE AVE; MIEL NATURAL; PRODUCTOS COMESTIBLES DE ORIGEN ANIMAL NO EXPRESADOS NI COMPREDIDOS EN OTRA PARTE  
05 LOS DEMÁS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL NO EXPRESADOS NI COMPREDIDOS EN OTRA PARTE  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
10 CEREALES  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
21 PREPARACIONES ALIMENTICIAS DIVERSAS  
49 PRODUCTOS EDITORIALES, DE LA PRENSA Y DE LAS DEMÁS INDUSTRIAS GRÁFICAS; TEXTOS MANUSCRITOS O MECANOGRAFIADOS Y PLANOS

### Más datos:

Persona de contacto: ROSENDO CERVANTES AGUILAR  
Página web: <http://www.hotfrog.es>  
Correo electrónico: [jaimellorca@jaimellorca.com](mailto:jaimellorca@jaimellorca.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:



[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## PANAMERICAN FISH SA

### Datos localización:

CL ISLA DE CUBA(OFIC 307) 6  
35007 LAS PALMAS - PALMAS GRAN CANARIA (CANARIAS)  
Teléfono: 34 928 276 230  
Fax: 34 928 276 183  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

CHINA  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
PANAMA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: NAYRA SUÁREZ VELÁZQUEZ  
Página web: <http://www.panamerican-fish.com>  
Correo electrónico: [fiserco@idecnet.com](mailto:fiserco@idecnet.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Las Palmas  
C/ Leon y Castillo, 24  
35003 - Las Palmas de Gran Canaria  
Tel.: 928 39 10 45 Fax: 928 36 23 50

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## MOLUSCOS RIAS BAIXAS SA

### Datos localización:

LG PAMPAIDO - DORRON 20  
36966 SANXENXO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

FRANCIA  
ITALIA  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
TUNEZ

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: RICARDO SENEGAL CHIANDE  
Página web: <http://www.moluscosriasbaixas.com>  
Correo electrónico: [moluscos@baixas.com](mailto:moluscos@baixas.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Vilagarcía de Arousa  
Avda. Doctor Touron, 46  
36600 - Vilagarcía de Arousa (Pontevedra)  
Tel.: 986 56 52 86 Fax: 986 50 06 21

## PESCANOVA SA

### Datos localización:

CL JACINTO BENAVENTE 21  
36203 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
BELGICA  
CHILE  
COLOMBIA  
COSTA RICA  
CUBA  
ECUADOR  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FRANCIA  
IRLANDA  
ITALIA  
JAPON  
PAISES BAJOS  
PANAMA  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
SUDAFRICA  
URUGUAY  
VENEZUELA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
19 PREPARACIONES A BASE DE CEREALES, HARINA, ALMIDÓN, FÉCULA O LECHE; PRODUCTOS DE PASTELERÍA  
20 PREPARACIONES DE HORTALIZAS, DE FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS  
21 PREPARACIONES ALIMENTICIAS DIVERSAS

### Más datos:

Persona de contacto: MIRTA GONZALEZ CASANOVA  
Página web: <http://www.pescanova.es>  
Correo electrónico:  
Marcas registradas:  
Otros datos:



[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## IBERICA DE CONGELADOS SA

### Datos localización:

LG MUELLE COMERCIAL BOUZAS 0 00  
36208 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono: 34 986213300  
Fax: 34 986204669  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
CHILE  
CHINA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
IRLANDA  
NAMIBIA  
NUEVA ZELANDA  
PAISES BAJOS  
PERU  
REINO UNIDO  
TAILANDIA  
TANZANIA  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: REYNA ALABES SORIA  
Página web: <http://www.iberconsa.es>  
Correo electrónico: [iberconsa@iberconsa.es](mailto:iberconsa@iberconsa.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Vigo  
C/ Republica Argentina, 18 A  
36201 - Vigo (Pontevedra)  
Tel.: 986 43 25 33 Fax: 986 43 56 59

## MARFRIO SA

### Datos localización:

PT PESQUERO ESPIGON NORTE 0  
36900 MARIN - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ALEMANIA  
ARGENTINA  
BRASIL  
CHINA  
DINAMARCA  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
ESTONIA  
FRANCIA  
HONG KONG  
INDIA  
ISLANDIA  
ISLAS FEROE  
ISLAS MALVINAS (FALKLAND)  
ITALIA  
PAISES BAJOS  
PERU  
PORTUGAL  
SUDAFRICA  
URUGUAY

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
69 PRODUCTOS CERÁMICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ALFREDO NAVEDA Y CASTILLA  
Página web: <http://www.marfrío.es>  
Correo electrónico: [bra.borras@retemail.es](mailto:bra.borras@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## PRODUCTOS IMPORTADOS DE ALIMENTACION SA

### Datos localización:

CL S FRANCISCO 5 6 3  
38002 ST CRUZ TENE - SANTA CRUZ TENERIFE (CANARIAS)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
BELGICA  
BRASIL  
CHILE  
FRANCIA  
NUEVA ZELANDA  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
URUGUAY  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: CARLOS TORREON ALBA  
Página web: <http://www.hotfrog.es>  
Correo electrónico: [prodeasa@infonegocio.com](mailto:prodeasa@infonegocio.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Santa Cruz de Tenerife  
Plaza de la Candelaria, 6  
38003 - Santa Cruz de Tenerife  
Tel.: 922 10 04 00 Fax: 922 10 04 15

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## ABEL FERNANDEZ SA

### Datos localización:

BO LLANADA SANTIAGO CARTES 0  
39311 CARTES - SANTANDER (CANTABRIA)  
Teléfono: 942 808055  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BELGICA  
FRANCIA  
IRLANDA  
MADAGASCAR  
NUEVA ZELANDA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: JUAN JOSÉ FERNANDEZ  
Página web: <http://www.conexmar.com>  
Correo electrónico: [torpa@infonegocio.com](mailto:torpa@infonegocio.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Cantabria  
Plaza Velarde, 5  
39001 - Santander (Cantabria)  
Tel.: 942 31 80 00 Fax: 942 31 43 10



## JUAN JOSE SOLA RICCA SA

### Datos localización:

CL MARTILLO PG AEROPUERTO 30  
41020 SEVILLA - SEVILLA (ANDALUCIA)  
Teléfono: 902 25 25 60  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ALEMANIA  
AUSTRIA  
CHINA  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FRANCIA  
ITALIA  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
08 FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CÍTRICOS), MELONES O SANDÍAS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
20 PREPARACIONES DE HORTALIZAS, DE FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS

### Más datos:

Persona de contacto: ANTONIO MUÑOZ  
Página web: <http://www.solaricca.com>  
Correo electrónico: [bra.borras@retemail.es](mailto:bra.borras@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Sevilla  
Plaza de la Contratacion, 8  
41004 - Sevilla  
Tel.: 954 21 10 05 Fax: 954 22 56 19

## MANUEL BAREA SA

### Datos localización:

CL RAFAEL BECA MATEOS 20  
41007 SEVILLA - SEVILLA (ANDALUCIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

DINAMARCA  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
ISLANDIA  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
61 PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO  
85 MÁQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO, Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE IMAGEN Y SONIDO EN TELEVISIÓN, Y LAS PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS APARATOS

### Más datos:

Persona de contacto: RAFAEL BAREA SALGADO  
Página web: <http://mariscosbarea.com>  
Correo electrónico: [mabarea@geocities.es](mailto:mabarea@geocities.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Sevilla  
Plaza de la Contratacion, 8  
41004 - Sevilla  
Tel.: 954 21 10 05 Fax: 954 22 56 19

## CONGELADOS ROMERO SA

### Datos localización:

CL ALCALDE PASCUAL 0  
43205 REUS - TARRAGONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BELGICA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
INDIA  
ISLANDIA  
PAISES BAJOS  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
08 FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CÍTRICOS), MELONES O SANDÍAS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
19 PREPARACIONES A BASE DE CEREALES, HARINA, ALMIDÓN, FÉCULA O LECHE; PRODUCTOS DE PASTELERÍA  
20 PREPARACIONES DE HORTALIZAS, DE FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS

### Más datos:

Persona de contacto: JUAN ROMERO  
Página web: <http://ircongelandos.com>  
Correo electrónico: [juanromero@retemail.es](mailto:juanromero@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Reus  
C/ Boule, 2  
43201 - Reus (Tarragona)  
Tel.: 977 33 80 16 Fax: 977 31 58 10

## ROSSDUEL, SA

### Datos localización:

AV ROQUETES PG IN VILANOVETA 20  
08810 S PERE RIBES - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BELGICA  
FRANCIA  
IRLANDA  
PAISES BAJOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
20 PREPARACIONES DE HORTALIZAS, DE FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS

### Más datos:

Persona de contacto: DIMITRI ROSAS OBREGÓN  
Página web: <http://rosduel.com>  
Correo electrónico: [rosas.dimitri@yahoo.es](mailto:rosas.dimitri@yahoo.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01



## CONGELATS REUNITS, SA

### Datos localización:

CL JOAN LLUIS VIVES 13 A B  
08232 VILADECAVALL - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono: 937332817  
Fax: 937331596  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ALEMANIA  
BELGICA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
INDIA  
IRLANDA  
ISRAEL  
ITALIA  
NUEVA ZELANDA  
PAISES BAJOS  
SUECIA  
URUGUAY

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
18 CACAO Y SUS PREPARACIONES  
19 PREPARACIONES A BASE DE CEREALES, HARINA, ALMIDÓN, FÉCULA O LECHE; PRODUCTOS DE PASTELERÍA  
20 PREPARACIONES DE HORTALIZAS, DE FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS  
21 PREPARACIONES ALIMENTICIAS DIVERSAS  
84 REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MÁQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; PARTES DE ESTAS MÁQUINAS O APARATOS

### Más datos:

Persona de contacto: JOSE M. CERNUDA MARTINEZ  
Página web: <http://hotfrog.com>  
Correo electrónico: [reneunamuno@geocities.es](mailto:reneunamuno@geocities.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos: de 251 a 500 Empleados-de 30.000.001 a 60.000.000 de Euros

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## COSTA-PLETT TRADE, SA

### Datos localización:

CL MAYOR 12,ED. FRIMERCAT 2 0 2  
08040 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
DINAMARCA  
EMIRATOS ARABES UNIDOS  
FRANCIA  
IRLANDA  
MARRUECOS  
NAMIBIA  
OMAN  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
SRI LANKA  
SUDAFRICA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ANTONIO M. PRADO  
Página web: <http://costa-plett.com>  
Correo electrónico: [costaplett@trade.com](mailto:costaplett@trade.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## JUAN BLANQUE SL

### Datos localización:

MC PEIX,C.8,SECT.C MERCAB 0  
08040 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BELGICA  
CANADA  
CHILE  
CHINA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
INDIA  
IRLANDA  
MARRUECOS  
PAISES BAJOS  
PAKISTAN  
PERU  
REINO UNIDO  
SUDAFRICA  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
48 PAPEL Y CARTÓN; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA, DE PAPEL O CARTÓN

### Más datos:

Persona de contacto: PEDRO DE LA ROSA B.  
Página web: <http://juanblanque.es>  
Correo electrónico: [juan.blanque@retemail.es](mailto:juan.blanque@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:



[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## VENTAPESCA SL

### Datos localización:

DS MUELLE PESQUERO 0 A  
11006 CADIZ - CADIZ (ANDALUCIA)

Teléfono:

Fax:

Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros

Años importando (desde 1997): [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

GABON  
ITALIA  
MARRUECOS  
MAURITANIA  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
SENEGAL

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: RAFAEL MARÍA AGUILAR

Página web: <http://ventapesca.com>

Correo electrónico: [rafamar@infonet.es](mailto:rafamar@infonet.es)

Marcas registradas:

Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Cadiz  
C/ Antonio Lopez, 4  
11004 - Cadiz

Tel.: 956 01 00 00 Fax: 956 25 07 10

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## CONGELATS OLOT SL

### Datos localización:

CL TERRI 0  
17844 CORNELLA TER - GIRONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BELGICA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
PAISES BAJOS  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: RODRIGO DÍAZ V.  
Página web: <http://olot.es>  
Correo electrónico: [olot-congelats@yupimail.es](mailto:olot-congelats@yupimail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Girona  
Avda. Jaume I, 46  
17001 - Girona  
Tel.: 972 41 85 00 Fax: 972 41 85 01

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## DEPURADORA SERVIMAR, SL

### Datos localización:

CL DEL FAR 16  
17480 ROSES - GIRONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

FRANCIA  
GRECIA  
IRLANDA  
ITALIA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
39 PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS

### Más datos:

Persona de contacto: RUY M. COSTA  
Página web: <http://hotfrog.com>  
Correo electrónico: [bruycosta@retemail.es](mailto:bruycosta@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Girona  
Avda. Jaume I, 46  
17001 - Girona  
Tel.: 972 41 85 00 Fax: 972 41 85 01

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## PESCAPISA SL

### Datos localización:

PG IND.ASCOY PARC. B-22 0  
30530 CIEZA - MURCIA (MURCIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1998](#) [2001](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ITALIA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: CONCEPCIÓN AGUALONGO  
Página web: <http://pescapisa.com>  
Correo electrónico: [pescapisa@infonet.es](mailto:pescapisa@infonet.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Murcia  
Plaza de San Bartolome, 3  
30004 - Murcia  
Tel.: 968 22 94 00 Fax: 968 22 94 24

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## CONGELADOS LOLI,SL.

### Datos localización:

LG VILARIÑO DAS POLDRAS 0  
32692 SANDIAS - OURENSE (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

MARRUECOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: DOLORES PONTEVEDRA  
Página web: <http://loli.congelados.es>  
Correo electrónico: [lolipontevedra@yupimail.es](mailto:lolipontevedra@yupimail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Ourense  
Avda. de la Habana, 30 bis  
32003 - Ourense  
Tel.: 988 23 31 16 Fax: 988 23 30 88



## AFRAMAR SL

### Datos localización:

CL COCHABAMBA 15  
35008 LAS PALMAS - PALMAS GRAN CANARIA (CANARIAS)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ALEMANIA  
CHINA  
COREA DEL SUR  
COSTA DE MARFIL (COTE D'IVOIRE)  
ECUADOR  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
GUINEA  
INDIA  
ITALIA  
MALASIA  
MARRUECOS  
MAURITANIA  
MEXICO  
MYANMAR (ANTIGUAMENTE BIRMANIA)  
NUEVA ZELANDA  
OMAN  
PAISES BAJOS  
PERU  
PORTUGAL  
SENEGAL  
SUDAFRICA  
TANZANIA  
VENEZUELA  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
69 PRODUCTOS CERÁMICOS

### Más datos:

Persona de contacto: RAFAEL JODAR PANCHIS  
Página web: <http://mardelpez.com>  
Correo electrónico: [aframar@aol.com](mailto:aframar@aol.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## DISTRIBUIDORA DE CEFALOPODOS SL

### Datos localización:

AV RAFAEL CABRERA 18 3 B  
35002 LAS PALMAS - PALMAS GRAN CANARIA (CANARIAS)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

CHILE  
COREA DEL SUR  
GRECIA  
MARRUECOS  
MAURITANIA  
MEXICO  
NAMIBIA  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: JORDI N. LUCERO  
Página web: <http://mauri.helix.com>  
Correo electrónico: [helix.laspalmas@hispa.es](mailto:helix.laspalmas@hispa.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Las Palmas  
C/ Leon y Castillo, 24  
35003 - Las Palmas de Gran Canaria  
Tel.: 928 39 10 45 Fax: 928 36 23 50

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## CONGELADOS HERBANIA SL

### Datos localización:

CL LAS MIMOSAS, PARCELA 124  
35119 AGUIMES - PALMAS GRAN CANARIA (CANARIAS)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
BELGICA  
BRASIL  
CHILE  
CHINA  
COREA DEL SUR  
ECUADOR  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FRANCIA  
HUNGRIA  
ISLANDIA  
MALASIA  
MAURITANIA  
NORUEGA  
PAISES BAJOS  
REINO UNIDO  
SENEGAL  
TANZANIA  
UGANDA  
URUGUAY

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
05 LOS DEMÁS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
08 FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CITRICOS), MELONES O SANDÍAS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
20 PREPARACIONES DE HORTALIZAS, DE FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS  
84 REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MÁQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; PARTES DE ESTAS MÁQUINAS O APARATOS

### Más datos:

Persona de contacto: HENÁN BALBOA ARREGUI  
Página web: <http://herbarnia.com>  
Correo electrónico: [pg.herbarnia@latinmail.es](mailto:pg.herbarnia@latinmail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:



[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## BRAVOSUR SL

### Datos localización:

CL SISALLA-P.IND.ARINAGA 24- 26  
35119 AGUIMES - PALMAS GRAN CANARIA (CANARIAS)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

CHINA  
COREA DEL SUR  
DINAMARCA  
ISLAS FEROE  
MALASIA  
NUEVA ZELANDA  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ISRAEL ALABAU  
Página web: <http://bravo.importaciones.es>  
Correo electrónico: [leobravo@latinmail.es](mailto:leobravo@latinmail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Las Palmas  
C/ Leon y Castillo, 24  
35003 - Las Palmas de Gran Canaria  
Tel.: 928 39 10 45 Fax: 928 36 23 50

## FRIGORIFICOS ROSA DE LOS VIENTOS SL

### Datos localización:

CL PAZOS FONTENLA 90  
36930 BUEU - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2001](#) [2002](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

MARRUECOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: MARCO ANTONIO DINIZ  
Página web: <http://larosa.com>  
Correo electrónico: [madiniz@aol.com](mailto:madiniz@aol.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Pontevedra  
C/ Jardines de Vincenti, 4, 2  
36001 - Pontevedra  
Tel.: 986 86 63 03 Fax: 986 86 26 43

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## GOVIFISH SL

### Datos localización:

AV CASTELAO-ARCADE 117 4 IZ  
36690 SOUTOMAIOR - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

CHILE  
PERU

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: KARINA BURGOS LEÓN  
Página web: <http://govifish.es>  
Correo electrónico: [karibug@infonet.es](mailto:karibug@infonet.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Pontevedra  
C/ Jardines de Vincenti, 4, 2  
36001 - Pontevedra  
Tel.: 986 86 63 03 Fax: 986 86 26 43

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## COMERCIAL ELOY ROCIO MAR SL

### Datos localización:

PG INDUSTRIAL SETE PÍAS 71  
36635 CAMBADOS - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

FRANCIA  
INDIA  
OMAN  
REINO UNIDO  
SUDAFRICA  
TURQUIA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ROCIO CONTRERAS NASSUR  
Página web: <http://elrociomar.es>  
Correo electrónico: [rcnas.vogue@hispa.es](mailto:rcnas.vogue@hispa.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Vilagarcía de Arousa  
Avda. Doctor Touron, 46  
36600 - Vilagarcía de Arousa (Pontevedra)  
Tel.: 986 56 52 86 Fax: 986 50 06 21



[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## ANGEL LOPEZ SOTO SL

### Datos localización:

CL VENEZUELA 2 1  
36203 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ALEMANIA  
ARGELIA  
ARGENTINA  
BELGICA  
CANADA  
CHILE  
CHINA  
COREA DEL SUR  
DINAMARCA  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FRANCIA  
NAMIBIA  
NUEVA ZELANDA  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
RUSIA  
URUGUAY

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ANGEL LOPEZ SOTO  
Página web: <http://als.moluscos.com>  
Correo electrónico: [als.comer@yupimail.es](mailto:als.comer@yupimail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Vigo  
C/ Republica Argentina, 18 A  
36201 - Vigo (Pontevedra)  
Tel.: 986 43 25 33 Fax: 986 43 56 59

## VIGOPEIXE, SL

### Datos localización:

CM LARANXO-NAVE CELTA 7 B 0  
36216 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BRASIL  
CHILE  
GHANA  
MARRUECOS  
MEXICO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: RANULFO LEOZ  
Página web: <http://vigopeixe.com>  
Correo electrónico: [vigopeixe@geocities.es](mailto:vigopeixe@geocities.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Vigo  
C/ Republica Argentina, 18 A  
36201 - Vigo (Pontevedra)  
Tel.: 986 43 25 33 Fax: 986 43 56 59

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## BLUE SEA, SL

### Datos localización:

LG EDF FRIGALSA LA RIOUXA 0  
36216 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BELGICA  
CANADA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: MARC RENE DUBOIS  
Página web: <http://marazul.com>  
Correo electrónico: [marazul.bluesea@aol.com](mailto:marazul.bluesea@aol.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Vigo  
C/ Republica Argentina, 18 A  
36201 - Vigo (Pontevedra)  
Tel.: 986 43 25 33 Fax: 986 43 56 59

## ELABORADOS MARUSIA SL

### Datos localización:

AV FREIXO 16 BJ  
36214 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ALEMANIA  
ARGENTINA  
BELGICA  
BRASIL  
CANADA  
CHILE  
CHINA  
COREA DEL SUR  
DINAMARCA  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FRANCIA  
ISLANDIA  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
PERU  
PORTUGAL  
TANZANIA  
URUGUAY

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
07 HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS  
90 INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ÓPTICA, FOTOGRAFÍA O CINEMATOGRAFÍA, DE MEDIDA, CONTROL O PRECISIÓN; INSTRUMENTOS Y APARATOS MEDICOQUIRÚRGICOS; PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS INSTRUMENTOS O APARATOS

### Más datos:

Persona de contacto:  
Página web: <http://elaboradosmarusia.es>  
Correo electrónico: [marusia@retemail.es](mailto:marusia@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Camara de Vigo  
C/ Republica Argentina, 18 A  
36201 - Vigo (Pontevedra)  
Tel.: 986 43 25 33 Fax: 986 43 56 59



[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## LUSO GALAICA DE CONGELADOS SL

### Datos localización:

CL E. GREGORIO FERNANDEZ 12 5 D  
36204 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2002](#) [2003](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

INDONESIA  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
94 MUEBLES; MOBILIARIO MEDICOQUIRÚRGICO; ARTÍCULOS DE CAMA Y SIMILARES; APARATOS DE ALUMBRADO NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE; ANUNCIOS, LETREROS Y PLACAS INDICADORAS, LUMINOSOS Y ARTÍCULOS SIMILARES; CONSTRUCCIONES PREFABRICADAS

### Más datos:

Persona de contacto: CARLOS DUEK  
Página web: <http://lusitania.gala.com>  
Correo electrónico: [carlosduek@yahoo.es](mailto:carlosduek@yahoo.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Vigo  
C/ Republica Argentina, 18 A  
36201 - Vigo (Pontevedra)  
Tel.: 986 43 25 33 Fax: 986 43 56 59

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## KUNYMAN SL

### Datos localización:

CM HOYA PERRO, SABINITA BAJ 4  
38649 ARONA - SANTA CRUZ TENERIFE (CANARIAS)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

SUDAFRICA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ANTONIA FERRERO  
Página web: <http://kuniman.es>  
Correo electrónico: [kuniman.tenerife@aol.com](mailto:kuniman.tenerife@aol.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Santa Cruz de Tenerife  
Plaza de la Candelaria, 6  
38003 - Santa Cruz de Tenerife  
Tel.: 922 10 04 00 Fax: 922 10 04 15

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## VIVEROS LARRAMAR SL

### Datos localización:

PG IND RAOS PARCELA 12  
39600 CAMARGO - SANTANDER (CANTABRIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

AUSTRALIA  
CHILE  
DINAMARCA  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FRANCIA  
ITALIA  
MEXICO  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
SUDAFRICA

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: MIROSLAV SANCHEZ  
Página web: <http://viveros.larramar.com>  
Correo electrónico: [viveros@larramar.es](mailto:viveros@larramar.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Cantabria  
Plaza Velarde, 5  
39001 - Santander (Cantabria)  
Tel.: 942 31 80 00 Fax: 942 31 43 10



[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## HERME ORTIZ SL

### Datos localización:

CR NC IV KM 550 FC MERINALES 10  
41700 DOS HERMANAS - SEVILLA (ANDALUCIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

FRANCIA  
ITALIA  
MARRUECOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: CATALINA ORTIZ GUERRA  
Página web: <http://pecesandaluces.com>  
Correo electrónico: [cataortiz@yahoo.es](mailto:cataortiz@yahoo.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Sevilla  
Plaza de la Contratacion, 8  
41004 - Sevilla  
Tel.: 954 21 10 05 Fax: 954 22 56 19

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## PF 60 SL

### Datos localización:

AV GARCIA MORATO ED GILARESA 9  
41011 SEVILLA - SEVILLA (ANDALUCIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

PORTUGAL

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: PATRICK FARFAN N.  
Página web: <http://pf60.com>  
Correo electrónico: [patrickfarfan@infonet.com](mailto:patrickfarfan@infonet.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Sevilla  
Plaza de la Contratacion, 8  
41004 - Sevilla  
Tel.: 954 21 10 05 Fax: 954 22 56 19

## CONGELADOS NORMA SL

### Datos localización:

CL JESUS 79  
46007 VALENCIA - VALENCIA (COMUNIDAD VALENCIANA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2000](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

MARRUECOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: NORMA REBECA ORTIZ  
Página web: <http://norma.es>  
Correo electrónico: [norma.rebo@infonet.com](mailto:norma.rebo@infonet.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Valencia  
C/ Poeta Querol, 15  
46002 - Valencia  
Tel.: 963 10 39 00 Fax: 963 53 17 42

## SEALORD SPAIN, SL

### Datos localización:

PT PESQUERO DAR 4 BERBES 2 5 6  
36202 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ALEMANIA  
ARGENTINA  
AUSTRALIA  
CHILE  
CHINA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
GHANA  
GUATEMALA  
INDIA  
ISLANDIA  
NAMIBIA  
NUEVA ZELANDA  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
SUDAFRICA  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ALFONSO ARAGONÉS LEÓN  
Página web: <http://sealord.com>  
Correo electrónico: [senhor.delmar@latinmail.es](mailto:senhor.delmar@latinmail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## MAR FISH, SL

### Datos localización:

CL LONGITUDINAL MERCABARNA 9  
08040 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono: 933367464  
Fax: 933361728  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

CHINA  
MARRUECOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: JOSE ANTONIO DIAZ SAAVEDRA  
Página web: <http://marfish.es>  
Correo electrónico: [jadiaz@marfish.es](mailto:jadiaz@marfish.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos: de 11 a 25 Empleados-de 3.000.001 a 6.000.000 de Euros

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## MANET IMPORT, SL

### Datos localización:

CL LONGITUDINAL 6 ED FRIMERC 9 BI S  
08040 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono: 932630044  
Fax: 932630033  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
BELGICA  
BRASIL  
CHINA  
DINAMARCA  
ECUADOR  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FRANCIA  
INDIA  
IRLANDA  
ITALIA  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
TUNEZ  
TURQUIA  
URUGUAY  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS  
16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: JUAN TEJEDOR PUJOL  
Página web: <http://manet.import.com>  
Correo electrónico: [juantejedor@terra.es](mailto:juantejedor@terra.es)  
Marcas registradas: MANET IMPORT, S.  
Otros datos: de 11 a 25 Empleados-de 15.000.001 a 30.000.000 de Euros

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## MARESMAR, SL

### Datos localización:

CL LONGITUDINAL (MERCABARNA) 6 P2 3 3  
08004 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono: 932632844  
Fax: 932633799  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

BELGICA  
CANADA  
CHILE  
CHINA  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA  
FRANCIA  
IRLANDA  
ITALIA  
LUXEMBURGO  
MAURITANIA  
PAISES BAJOS  
PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMINADOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO  
SENEGAL  
TURQUIA  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: AUDI HISPANA  
Página web: <http://maresmar.com>  
Correo electrónico: [audi.hispana@retemail.es](mailto:audi.hispana@retemail.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos: de 51 a 100 Empleados-de 600.001 a 1.500.000 de Euros

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## MERCAPECA IMPORT.-EXPORT.,SL

### Datos localización:

CL LONGITUDINAL(FRIMERCAT I) 8  
08040 BARCELONA - BARCELONA (CATALUÑA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2000](#) [2001](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

MARRUECOS

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: MANUELA ANGELES DE LAS HERAS GONZALEZ  
Página web: <http://mercapisca.es>  
Correo electrónico: [herasmanuela@terra.es](mailto:herasmanuela@terra.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos: de 1 a 5 Empleados-

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Barcelona  
Avda. Diagonal, 452-454  
08006 - Barcelona  
Tel.: 902 44 84 48 Fax: 934 16 93 01



[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## PESCIRO, SL

### Datos localización:

LG PTO PESQUERO-TINGL GRAL E 0 1 3  
36201 VIGO - PONTEVEDRA (GALICIA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
CHILE  
CHINA  
NUEVA ZELANDA  
PERU  
SINGAPUR  
URUGUAY  
VIETNAM

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: JOSÉ DE LA SERNA  
Página web: <http://pesciro.com>  
Correo electrónico: [pesciro@infonet.com](mailto:pesciro@infonet.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Vigo  
C/ Republica Argentina, 18 A  
36201 - Vigo (Pontevedra)  
Tel.: 986 43 25 33 Fax: 986 43 56 59

[Países](#) [T.A.R.I.C.](#) [C.N.A.E.](#) [Más datos](#) [Contacto Cámara](#) [Imprimir ficha](#)

## CASA SOMORROSTRO SL

### Datos localización:

CR VILLAV-VALLECAS KM 3,8 PT 62  
28018 MADRID - MADRID (MADRID)

Teléfono:

Fax:

Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros

Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)



### Importa de (2005):

BELGICA  
DINAMARCA  
FRANCIA  
GRECIA  
ITALIA  
MARRUECOS  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
REINO UNIDO



### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS



### Más datos:

Persona de contacto: Pedro Alvarado – Sofía Narvaez

Página web: <http://somorostro.es>

Correo electrónico: [sofianarvaez@latinmail.com](mailto:sofianarvaez@latinmail.com)

Marcas registradas:

Otros datos:



### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Madrid  
C/ Ribera del Loira, 56-58  
28042 - Madrid  
Tel.: 91 538 35 00 Fax: 91 538 36 77

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## MARISCOS CRUZ CONDE SL

### Datos localización:

LG MERCAMADRID P 69  
28018 MADRID - MADRID (MADRID)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1997](#) [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

FRANCIA  
GRECIA  
PAISES BAJOS  
REINO UNIDO

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto:  
Página web: <http://mariscoscruz.conde.com>  
Correo electrónico: [conde.mariscos@idecnet.es](mailto:conde.mariscos@idecnet.es)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Madrid  
C/ Ribera del Loira, 56-58  
28042 - Madrid  
Tel.: 91 538 35 00 Fax: 91 538 36 77

[Países](#)   [T.A.R.I.C.](#)   [C.N.A.E.](#)   [Más datos](#)   [Contacto Cámara](#)   [Imprimir ficha](#)

## IBERANGUS INTERNACIONAL SL

### Datos localización:

CL ORENSE 68 2 DC  
28020 MADRID - MADRID (MADRID)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Más de 1.000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

ARGENTINA  
BELGICA  
MARRUECOS  
MAURITANIA  
URUGUAY

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES  
03 PESCADOS Y CRUSTACEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: RAÚL SAAVEDRA  
Página web: <http://www.hotfrog.es>  
Correo electrónico: [iberica@idecnet.com](mailto:iberica@idecnet.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Madrid  
C/ Ribera del Loira, 56-58  
28042 - Madrid  
Tel.: 91 538 35 00 Fax: 91 538 36 77

## DISTRIBUCIONES VALPEIX SL

### Datos localización:

CR EN CORTS (MERCANCIA) 0  
46013 VALENCIA - VALENCIA (COMUNIDAD VALENCIANA)  
Teléfono:  
Fax:  
Total importaciones en el año (2005): Entre 100.000 y 1. 000.000 euros  
Años importando (desde 1997): [1998](#) [1999](#) [2000](#) [2001](#) [2002](#) [2003](#) [2004](#) [2005](#)

### Importa de (2005):

DINAMARCA  
FRANCIA  
PAISES BAJOS  
PORTUGAL  
SENEGAL

### Capítulos importados (T.A.R.I.C.) (2005):

03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS

### Más datos:

Persona de contacto: ALFONSO PÉREZ V.  
Página web: <http://www.valpeixespanha.es/>  
Correo electrónico: [infovalencia@import.com](mailto:infovalencia@import.com)  
Marcas registradas:  
Otros datos:

### Contacto Cámara

Para ampliar o modificar datos de contacto de su empresa puede dirigirse a:

Camara de Valencia  
C/ Poeta Querol, 15  
46002 - Valencia  
Tel.: 963 10 39 00 Fax: 963 53 17 42

## IMPORTADORES ESPAÑA

Perfil de Mercado 5379

Emb en Espana

Resp: avf

País de Origen: ESPAÑA

Fecha de vigencia desde: 20/04/2001

Fecha de vigencia hasta: 20/04/2003

Posicion Arancelaria: 0307.60.00

- Caracoles, excepto los de mar

Producto:

CARACOLES DE TIERRA

Institución: HELIX EUROPE

Domicilio: C/CAVEDA 46 BAJO,

Localidad: ASTURIAS

País: ESPAÑA

Código Postal:

Contacto: WWW.HELIX.ASTURIAS.COM

Teléfono: 34 985275068

Importador HELIFRUS S.A.

Domicilio: TERRER LEONES 10 - 2 "D"

Localidad: MURCIA - LORCA

Codigo Postal: 30800

Pais: ESPAÑA

Telefonos: 34 68 44 14 00

Fax: 34 68 46 68 29

Casilla de Correo:

Contacto: SR. FRANCISCO JODAR BERMEJO

Tipo de Empresa: IMPORTADOR

Importador ALABAU S.A.

Domicilio: ESCALANTE 169, 1RO.

Localidad: VALENCIA

Codigo Postal: 46011

Pais: ESPAÑA

Telefonos: (346) 372-6461

Fax: (346) 355-0247

Casilla de Correo:

Contacto: ISRAEL ALABAU

Tipo de Empresa: IMPORTADOR

Importador BAGES CARGOL S.L.

Domicilio: SANT JORDI 1

Localidad: FONOLLOSA - BARCELONA -

Codigo Postal: 08259

Pais: ESPAÑA

Telefonos: 34 3 836 6001

Fax: 34 3 836 6100

Casilla de Correo:

Contacto: SRA. CONCEPCION ESTANY

Tipo de Empresa: IMPORTADOR

Importador AQUABARNA S.L.

Domicilio: EDIF FRIMERCAT-DESPACHO 10 B-MERCABARNA

Localidad: BARCELONA

Codigo Postal: 08040

Pais: ESPAÑA

Telefonos: 34 932634566

Fax: 34 933351295

Tipo de Empresa: IMPORTADOR