



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y  
COMERCIO EXTERIOR**

**CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO  
EXTERIOR**

## **TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERAS EN COMERCIO EXTERIOR**

### **TEMA:**

**PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE EMBUTIDOS DE CARNE DE CUY PARA LA CORPORACIÓN CUYÍCOLA CHIMBORAZO SR. CUY DESDE ECUADOR, PROVINCIA CHIMBORAZO, CANTÓN RIOBAMBA PARA LA POBLACIÓN ECUATORIANA RADICADA EN MADRID - ESPAÑA.**

**Carmen Nataly Bermeo Cuadrado**

**Rita Ernestina Gaibor Gaibor**

**Riobamba – Ecuador**

**2013**

**CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL:**

Certificamos que el presente trabajo a sido revisado en su totalidad, quedando autorizado su presentación.

Ing. Oscar Iván Granizo Paredes  
**DIRECTOR DE TESIS**

Ing. Juan Alberto Avalos  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA**

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de las autoras.

Carmen Nataly Bermeo Cuadrado

Rita Ernestina Gaibor Gaibor

## **AGRADECIMIENTO**

Como parte fundamental de nuestras vida agradecemos a Dios por su infinita bondad, y por haber estado con nosotras en los momentos que más lo necesitábamos, por darnos salud, fortaleza, responsabilidad y sabiduría, por habernos permitido culminar un peldaño más de nuestras metas, y porque tenemos la certeza y el gozo de que siempre va a estar con nosotras.

A la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO a sus autoridades y profesores, por abrir sus puertas y darnos la confianza necesaria para triunfar en la vida y transmitir sabiduría para nuestra formación profesional.

A mi madre, que con su demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejo, y a nuestros hermanos.

Agradecemos de manera muy especial por su esfuerzo, dedicación, colaboración y sabiduría para ser un profesional de éxito, al Ing. Oscar Granizo y Ing. Juan Alberto Avalos, tutor y Asesor respectivamente.

Son muchas las personas que han formado parte de nuestra formación profesional a las que nos encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de nuestras vidas. Algunas están aquí con nosotras y otras en nuestros recuerdos y en nuestro corazón, sin importar en donde estén queremos darles las gracias por formar parte de nosotras, por todo lo que nos han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

***Nataly y Rita.***

## DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente mi trabajo a Dios.

De igual forma, dedico esta tesis a mi madre que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles sin importar nuestras diferencias de opinión.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

***Rita***

Al amor de mi vida que ha sido mi mayor inspiración **SAMANTA VALENTINA** mi hija querida.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos y a mi incondicional esposo.

***Nataly***

<b>Portada</b>	<b>I</b>
<b>Certificación del Tribunal</b>	<b>II</b>
<b>Certificación de Autoría</b>	<b>III</b>
<b>Agradecimiento</b>	<b>IV</b>
<b>Dedicatoria</b>	<b>V</b>
<b>Índice</b>	<b>VI</b>
<b>Introducción</b>	<b>1</b>

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>Capítulo I</b>	<b>pág.</b>
1. Antecedentes	2
1.1. Antecedentes de la empresa	2
1.2. Constitución	9
1.3. Estructura Organizacional de la empresa	10
1.4. Misión	11
1.5. Visión	11
1.6. Políticas	11
 <b>Capítulo II</b>	
2. Estudio de Mercado	15
2.1. El mercado del proyecto	15
2.2. Análisis de consumidores y mercado de destino	17
2.3. Estructura de edades: amplia mayoría de población adulta y presencia Incipiente de menores de edad.	19
2.4. Demanda per Cápita	22
2.5. Canal de Distribución	26
2.6. Competencia Internacional	32
2.7. Estrategias para entrar al país de destino	33
 <b>Capítulo III</b>	
3. Estudio Técnico	37
3.1. Tamaño	37
3.2. Localización	42
3.3. Ingeniería	42
 <b>Capítulo IV</b>	
4.- Proceso de Exportación	62
4.1. Procedimiento para exportar desde el Ecuador	62
4.2. Requisitos de exportación del producto	64
4.3. Medidas arancelarias	70
4.4. Producto de exportación	
4.5. Estructura interna de la empresa	

4.6. Logística para la exportación	72
4.7. Documentos requeridos para ingreso de mercancías	81
<b>Capítulo V</b>	
5.- Análisis Económico – Financiero	104
5.1. Recursos demandados para realización el plan de exportación	104
5.2. Costos de producción y administración	105
5.3. Inversión inicial	112
5.4. Capital de trabajo	113
5.5. Estructura de financiamiento	115
5.6. Flujo de caja proyectado	121
5.7. Rentabilidad establecida	122
<b>Capítulo VI</b>	
6.- Conclusiones y Recomendaciones	126
6.1. Conclusiones	126
6.2. Recomendaciones	127
<b>Resumen</b>	<b>129</b>
<b>Summary</b>	<b>130</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>131</b>
<b>Anexos</b>	<b>132</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Nº	Título	Pág.
1.	Residentes Ecuatorianos por edades	20
2.	Residentes Ecuatorianos por estudios	21

## INDICE DE FIGURAS

Nº	Título	Pág.
1.	Organigrama Estructural Corporación Cuyicula Sr. Cuy	10
2.	Mapa España	15
3.	Moneda de España	16
4.	Ecuatorianos en España	19
5.	Demanda Domestica	24
6.	Proceso crianza	27
7.	Canales de Distribución de Productos cárnicos	28
8.	Maquinaria a utilizar	41
9.	Proceso faena miento	51
10.	Carta de proceso de fabricación	52
11.	Distribución planta	55
12.	Estructura organizacional	56
13.	Certificados sanitarios	64
14.	Proceso inscripción productos nacionales	67
15.	Proceso de exportación	76
16.	Flujo grama pre-embarque	79
17.	Flujo grama post-embarque	81

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
1.	Consumo de carnes y productos	22
2.	Consumo y gasto de carnes	26



## INTRODUCCIÓN

Actualmente las relaciones internacionales se han afianzado aún más debido al fenómeno de la globalización, es decir existe una mayor apertura de mercados, que más allá de ser positivos o negativos, permiten la concurrencia de miles de productos y servicios de toda índole en los mercados internacionales, permitiendo que la oferta y demanda varíen de acuerdo a éstos.

Esta situación hace que países como el Ecuador puedan dar a conocer sus productos y/ o servicios tanto a nivel local como internacional. El estudio que se presenta a continuación está dirigido a la Corporación Cuyícola Chimborazo Corporación Sr. Cuy con el propósito de exportar embutidos de carne de cuy al mercado de España.

El contexto global, nos muestra cambios notables y determinantes para la economía de nuestro país, lo cual exige mayores niveles de competitividad. Desde esta perspectiva es el estado, a través de sus gobiernos locales, quienes deberán promover condiciones favorables a través de planes de políticas de desarrollo para que sus sectores productivos puedan desenvolverse en el mercado.

El análisis realizado pretende demostrar la factibilidad de este proyecto de inversión, tomando en cuenta el mercado que se tiene para este producto, es decir la oferta, la demanda, el precio, la competencia, los distribuidores, consumidores, etc., esta información está considerada en él la parte Estudio de Mercado ya que es la base del proyecto. También se analizará la parte técnica en la misma parte, aquí se detalla todo lo referente a la ingeniería, los procesos de producción, los insumos necesarios, las tecnologías a ser utilizadas y demás factores que intervienen en el establecimiento óptimo del proyecto a exportar.

Y finalmente las conclusiones y recomendaciones a las que se han llegado luego de haber realizado este trabajo investigativo propone nuevas e innovadoras ideas que servirán de mucho a la hora de empezar a tener una idea de la exportación de este producto, que va en crecimiento en nuestra economía.

# CAPÍTULO I

## 1. ANTECEDENTES

### 1.1 Antecedentes de la empresa

La Corporación Señor Cuy de Chimborazo surge de un proceso organizativo que inicia en el año 2006 con la participación de 500 familias rurales en el proyecto “Fortalecimiento y mejoramiento para el autoconsumo del cuy” apoyado por el Presupuesto Participativo del Consejo Provincial de Chimborazo.

En marzo del 2007 se conformó el Pre-Consorcio de criadores de cuyes. Mediante el acuerdo ministerial 289 del MAGAP, en agosto del mismo año, se constituyó la Corporación Cuyícola “Señor Cuy” como una organización sin fines de lucro, con 161 socios. En Octubre del 2008, obtuvo el Registro Único de Contribuyentes, RUC N° 0691725758001 y en el año 2010 se inscribió en el Registro Único de Proveedores – RUP.

En el periodo 2007 – 2008 se contó con el apoyo de las ONGs: CEPESIU, en la creación de Cajas Comunitarias, Fundación Chuquirahua en el fortalecimiento organizativo, y CESA (Central Ecuatoriana de Servicios Agrícolas) con el Proyecto “Productores Organizados para el Desarrollo Empresarial Rural” (PODER), que capacitó en el faenamiento y comercialización de cuyes, además de formar líderes en gerencia en alianza con la Universidad de Loja. CESA en convenio con PL-480 otorgó un crédito de 8.500,00 dólares con un interés del 20% anual para capital de trabajo. En este mismo periodo se conformó el Consorcio Regional Sierra Centro con productores de cuyes de Chimborazo, Tungurahua y Cotopaxi, bajo el liderazgo del Señor Cuy de Chimborazo.

Se realizó la importación de 350 cuyes peruanos con el fin de mejorar y estandarizar la calidad del cuy de carne; para incrementar la producción, la Corporación provee de alimento balanceado para los animales y medicina veterinaria. A fines del 2008 se adecuó y equipó el Centro de Acopio y Faenamiento que se mantiene en funcionamiento.

En el año 2009 con el apoyo de la ONG holandesa TRIAS - ANDES, se realizaron talleres para el manejo zootécnico del cuy dirigidos a la totalidad de socios/os y a proveedores. Se entregaron gazaperas, forrajeras, semillas, medicinas y desinfectantes. Se realizó el evento “Revitalización Gastronómica del Cuy” en la ciudad de Riobamba, que incluyó la degustación de diversos platos a través de un concurso entre los estudiantes de gastronomía de la ESPOCH. TRIAS apoyó a la obtención de los permisos de funcionamiento para la comercialización del producto con valor agregado. Se elaboró en forma participativa el reglamento interno de la organización y se crearon herramientas de seguimiento para la organización y la empresa.

En el año 2010 la Corporación ejecutó el proyecto “Integración regional para la consolidación de la cadena productiva del cuy”, para 200 familias de Chimborazo y Tungurahua, financiado por el MIES-IEPS con una contraparte de 250 dólares por socio; se logró la construcción de 100 cuyeras en cada provincia, mejoramiento de pastizales, producción de animales pie de cría y equipamiento de la planta de faenamiento con maquinaria moderna: Cuter, embudidora y empacadora al vacío.

Desde el año 2010 se encuentra en ejecución el proyecto CADERS que aporta con un técnico del MAGAP para la formación agropecuaria de los líderes de cada zona, en la Escuela de la Revolución Agraria (ERA), elaboración de bio-insumos, reforestación y asistencia técnica.

Durante el año 2008 se vendieron 3775 animales, lo que produce un total de 18.775 dólares. En el año 2009 se comercializó un total de 8300 animales, con un ingreso de \$54.000,00 dólares.

La Corporación ha generado siete espacios de trabajo a medio tiempo. En el año 2010 se conformó el equipo operativo del Señor Cuy, integrado por la gerente, la contadora y técnicos. En el año 2011 se eligió en asamblea la segunda directiva integrada por 11 socios. En este año la Corporación brinda seguridad laboral a sus trabajadores mediante el pago de un sueldo justo más beneficios de ley,

estabilizándose de esta manera el manejo de la empresa. Dispone de un Plan Estratégico para el período 2012 – 2016, cuyo objetivo general es: Orientar a la Corporación Señor Cuy hacia el cumplimiento de su Misión y Visión, mediante el empoderamiento y participación de sus asociados/as, para el logro de un desarrollo socio empresarial sostenible y sustentable.

La Corporación es miembro del Movimiento de Economía Social y Solidaria del Ecuador (MESSE) y mantiene alianzas con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, universidades e instituciones educativas, facilitando la realización de tesis de estudiantes y pasantías, lo que ha permitido que la Corporación se posicione a nivel local, provincial y nacional.

## **RESEÑA HISTORICA**

En el Año 2006 los/as productores/as de cuyes a nivel provincial; son convocados/as por el Consejo Provincial para asociarse y participar en la elaboración del Presupuesto Participativo de Chimborazo -PPCH. Este espacio apoya el proyecto “Fortalecimiento y mejoramiento para el autoconsumo del cuy”, propuesto por 500 familias asociadas productoras de cuyes”.

En Marzo del 2007, se elige la directiva del Pre-Consorcio de criadores de cuyes con el nombre “Señor Cuy”, representado por la Sra. Hilda Lata. El Consejo del Pre-Consorcio, con fondos del PPCH, en convenio con CEPESIU, institución con experiencia en la formación de sistemas populares de inversión (SPI), forma Cajas Comunitarias en los sectores de Ilapo, Providencia, el Altar, Nitiluisa y Cebadas, mediante el fondo semilla entregado en cuyes (pie de cría), alimento y medicinas, bajo préstamo a cada asociado/a, quienes asumieron el compromiso de devolver y formar su caja comunitaria en cada sector. Luego se integran los sectores de Palacio Real y El Socorro con fondos propios.

El 15 de Agosto del 2007 se legaliza la organización en el MAGAP con el acuerdo ministerial número 289, con 161 socios. Se inicia con ventas en Guamote de cuy

faenado artesanalmente, animales en pie y pie de cría al proyecto San Francisco de Chambo con 200 animales.

En los años 2007-2008, se logró el apoyo de la ONG CESA (Central Ecuatoriana de Servicios Agrícolas), con el Proyecto Poder (Productores Organizados para el Desarrollo Empresarial Rural), para fortalecer la comercialización, con el apoyo del Ing. Raúl Llumiquinga. Se recibió apoyo de la Fundación Chuquirahua a través de la Ing. Myriam Merino para el fortalecimiento socio-organizativo y construcción de proyectos.

Las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales no miraban la producción de cuyes como una actividad comercial empresarial por lo que no se contaba con apoyos importantes.

Se conforma el Consorcio Regional Sierra Centro de Productores de cuyes, integrado por las provincias de Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi, con el liderazgo del Señor Cuy de Chimborazo. El Consorcio Regional logra establecer precios de acuerdo a los costos de producción, se establecen parámetros de calidad, se unen volúmenes de producto para la comercialización asociativa y se registra la contabilidad.

El proyecto PODER financia la formación de líderes en gerencia y en procesos de faenamiento de cuyes, dirigido a las socias de la Regional, durante 8 meses. La presidenta provisional de la Corporación se forma como gerente en la Universidad de Loja durante 8 meses.

En Agosto 2008, representantes del Consorcio Regional participan en concursos, eventos de capacitación, giras de observación, encuentros entre productores. Varios dirigentes, hombres y mujeres, se capacitan en producción, alimentación y sanidad de cuyes, en la Universidad La Molina del Perú con la Dra. Lilia Chauca.

En forma permanente se participa en eventos de promoción del producto, en exposiciones y ferias como la Fiesta de las Flores y de las Frutas en Ambato, y en programas de “Juzgamiento de cuyes”.

Con el fin de mejorar y estandarizar la calidad del cuy para carne, se realiza la importación de 350 cuyes peruanos para los productores de la Corporación y se realiza el Seminario de Capacitación en la Crianza y Manejo Zootécnico del Cuy, con el apoyo de la Escuela de Ingeniería Zootécnica de la ESPOCH y la Fundación Chuquirahua. En Septiembre del 2008, se estabilizan los parámetros de calidad del producto. Se elaboran matrices de datos para registrar la producción de cada socia/o, y se planifica la entrega del producto a los clientes. En Octubre del 2008, la Corporación obtiene su RUC (Registro Único de Contribuyentes) y se inscribe en el Registro Único de Proveedores – RUP.

En Noviembre del 2008, se adecúa y se equipa el Centro de Acopio y Faenamiento, el mismo que se inaugura en Diciembre.

Durante el año 2008 se vendieron 3775 animales, lo que produce un total de 18.775 dólares. La Organización empieza a capitalizarse con el aporte de cada asociado, más el ingreso de utilidades. En el año 2009 se legalizan 103 socios más, logrando tener 264 socios, ubicados en las zonas de: Nitiluisa, Palacio Real, El Altar, La Providencia, El Socorro y Cebadas.

El Proyecto Poder se extiende y hace un convenio con PL 480 que otorga un crédito de \$ 8500 dólares con un interés del 20% anual para capital de trabajo, participando 17 socios de Palacio Real, el Socorro y la Providencia. Se logra equipar el centro de acopio y faenamiento fortaleciéndose la parte organizativa y empresarial.

Los socios empiezan a solicitar capacitaciones para la cría técnica de los cuyes y con ese fin se construyen proyectos para CADERS, PODER, TRIAS y el Ministerio de la Competitividad, fortaleciéndose de esta manera la organización y la actividad comercial.

En enero de 2009, se elige el Primer Directorio representado por el Sr. Pedro Satán, integrado por representantes de todos los cantones donde están ubicados los/as socios/as y se legaliza en el MAGAP. También a la Sra. Hilda Lata se le designa Gerente de la empresa. En sinergia con el diario “Zona Verde”, la fundación Chuquirahua, proyecto Poder u otras Instituciones, se realiza el “Primer Seminario Internacional del cuy” en Chimborazo.

En mayo del 2009, con el apoyo de los estudiantes de la Escuela de Ingeniería en Zootecnia de la ESPOCH y de acuerdo a un plan de capacitación, se fortalece la producción en cada uno de los sectores donde están las socias.

Con el fin de lograr estandarizar, mantener e incrementar la producción, la Corporación provee de alimento balanceado, en alianza con un profesional joven de la provincia de Chimborazo, Zootecnista de la ESPOCH.

En Noviembre del 2009 el Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy hace contacto con Margarita Bustamante técnica de TRIAS - ANDES, organización que apoya económicamente y se realizan talleres en la comunidad El Socorro, sobre el manejo zootécnico del cuy dirigidos a la totalidad de socias/os y a proveedores del producto entregándoles gazaperas, forrajeras, semillas, medicinas y desinfectantes, lográndose de esta manera fortalecer y unir a la organización.

En el año 2009 se comercializa un total de 8300 animales, con un ingreso de \$54.000,00 dólares.

Se realiza el evento “Revitalización Gastronómica del Cuy” en la ciudad de Riobamba, que incluyó la degustación de diversos platos a través de un concurso entre los estudiantes de gastronomía de la ESPOCH.

En el año 2010 se conforma el equipo operativo del Señor Cuy, integrado por la gerente, la contadora y técnicos.

La Corporación ejecuta el proyecto “Integración regional para la consolidación de la cadena productiva del cuy, insertando en el trabajo a 200 familias pobres de Chimborazo y Tungurahua”, financiado por el MIES-IEPS con una contraparte de 200 dólares por socio; se logra la construcción de 100 cuyeras en cada provincia, se entregan semillas para siembra de pastizales, animales pie de cría y se equipa la planta de faenamiento con moderna maquinaria: Cuter, embutidora y empacadora al vacío.

Con el apoyo de TRIAS-Andes a través de un proyecto se mejora la comercialización del producto con valor agregado y se obtienen los permisos para el funcionamiento con la gestión de María Isabel León, pasante de Industrias Pecuarias de la ESPOCH.

Se crean herramientas de seguimiento para la organización y la empresa, registros de entrada y salida del producto, etc.

En los años 2010 y 2011 se inicia la ejecución del proyecto CADERS, del cual se paga a la contadora y se cuenta con un fondo para capital de trabajo. También se integra un técnico del MAGAP con quien se trabaja en la Escuela de la Revolución Agraria (ERA) para la formación agropecuaria de los líderes de campo representantes de cada zona, quien ayuda en la investigación de bioinsumos, reforestación y asistencia técnica en el campo.

En el año 2011 se elige en asamblea la segunda directiva integrada por 11 socios, representantes de cada zona, siendo la presidenta Carmen Satán.

En este año la Corporación brinda seguridad laboral a sus trabajadores mediante el pago de un sueldo justo más beneficios de ley, estabilizándose de esta manera el manejo de la empresa, con ventas continuas.



Mediante el apoyo de TRIAS-ANDES se construye participativamente el reglamento interno de la organización.

La Corporación realiza estudios importantes: una tesis de un estudiante de la ESPOCH sobre el curtido de la piel de cuy y un manual de procedimiento de los embutidos.

Se inicia el apoyo en asistencia a la producción de campo y procesamiento con pasantes de las universidades; con el Colegio Agropecuario de Quimiag “Puruhá” se hace un convenio para recibir constantemente pasantes.

La Corporación ha establecido cinco espacios de trabajo estables, a medio tiempo, más la gerencia a tiempo completo.

La Corporación está articulada al Movimiento de Economía Social y Solidaria del Ecuador (MESSE), con el asadero “Antojitos de Cuy” para la venta del producto preparado, con Organizaciones gubernamentales como el MAGAP, CADERS, MIES y No gubernamentales como TRIAS, lo cual ha permitido que la Corporación vaya posicionándose a nivel local y provincial.

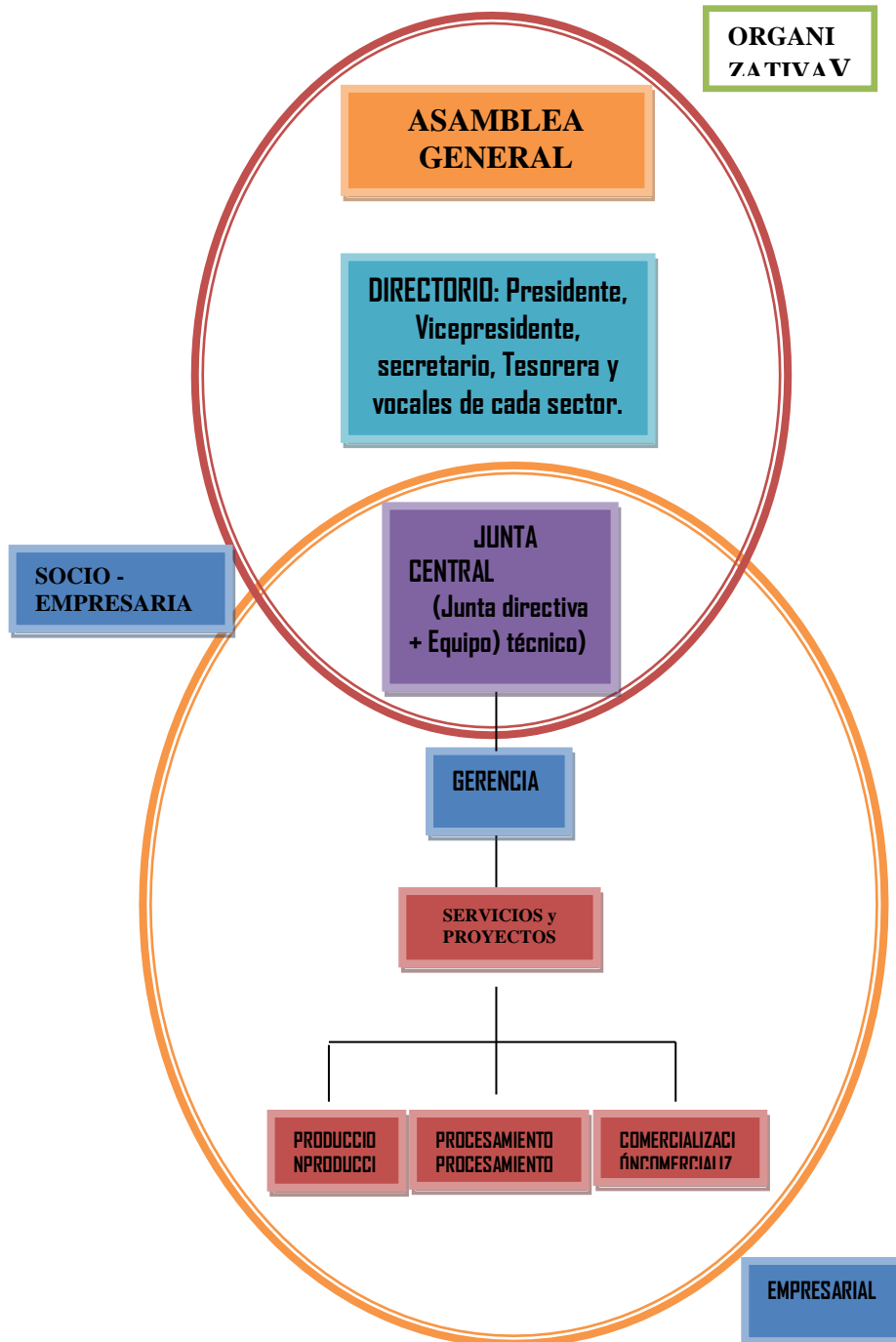
## **1.2 Constitución**

En marzo del 2007 se conformó el Pre-Consorcio de criadores de cuyes. Mediante el acuerdo ministerial 289 del MAGAP, en agosto del mismo año, se constituyó la Corporación Cuyícola “Señor Cuy” (Ver Estatuto anexo No.1) como una organización sin fines de lucro, con 161 socios. En Octubre del 2008, obtuvo el Registro Único de Contribuyentes, RUC N° 0691725758001 y en el año 2010 se inscribió en el Registro Único de Proveedores – RUP.

### 1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

#### Corporación Cuyícola “Señor Cuy”

#### Estructura Socio-Empresarial



Fuente: Corporación Cuyícola “Señor Cuy”  
Elaborado por: Las Autoras

## **1.4 MISIÓN**

Somos productores organizados de cuyes, de la provincia de Chimborazo, que producimos, transformamos y comercializamos asociativamente para mejorar la calidad de vida de nuestras familias y garantizar a los consumidores productos de alta calidad.

## **1.5 VISIÓN**

Al 2016 ser una organización líder socio-empresarial conformada por productores especializados y comprometidos que han mejorado sus ingresos con la crianza, procesamiento y comercialización asociativa de cuyes y otras especies menores, que cumpla con los estándares de calidad, cantidad y continuidad, posicionada en el mercado nacional.

## **1.6 OBJETIVOS ESTRATEGICOS**

1. Fortalecer la Organización Señor Cuy para lograr la sostenibilidad social, desarrollando las potencialidades del recurso humano.
2. Contar con una estrategia territorial para el fortalecimiento de la cadena productiva del cuy para incrementar los volúmenes de producción.
3. La Corporación Señor Cuy es sostenible económica y ambientalmente.

## **1.7 POLÍTICAS Y VALORES CORPORATIVOS**

### **a.) Políticas Corporativas**

1. Nuestros Clientes recibirán bienes y servicios a sus particulares y justos requerimientos, por ello nos comprometemos a que Corporación Cuyícola

Chimborazo Sr. Cuy en el área de Exportaciones de embutidos de carne de cuy, esté formada por "eslabones" con:

- Gran capacidad técnica;
  - Elevado compromiso en ofrecer un servicio oportuno y
  - La más completa comunicación al cliente interno y externo.
  - INTEGRIDAD PERSONAL como expresión de disciplina, orden, respeto, honestidad y entusiasmo.
  - CREATIVIDAD E INNOVACIÓN como parte de nuestro reto diario para el mejoramiento continuo.
  - PRODUCTIVIDAD en nuestro trabajo y en el empleo de los recursos materiales.
  - CONCIENCIA en la práctica de un trabajo libre de errores y en el COMPROMISO leal con la institución y con las realizaciones de calidad
2. En el cumplimiento de nuestra Misión, observaremos permanentemente las siguientes aptitudes distintivas para satisfacer nuestros clientes internos y externos:
- Amabilidad en el servicio y agilidad en los procesos
  - Innovación práctica y eficiencia en costos
  - Compromiso con las normas de calidad
  - Labor cooperativa y desarrollo integral de las personas
3. En el compromiso de satisfacer a plenitud a nuestros Clientes, la CALIDAD en la Empresa Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy, la manifestamos mediante la práctica de los siguientes principios:
- **Conciencia** de un trabajo individual y de equipo, libre de errores.
  - **Espíritu de Servicio** como valor cultural maestro.
  - **Identificación**, como sentido de relación y pertenencia con la empresa.

- **Polifuncional**, asumiendo responsablemente las funciones que demande cumplir un servicio de calidad
- **Pulcritud** en nuestra presentación personal y de las instalaciones físicas.

4. Nuestro compromiso de Excelencia en las relaciones con los clientes se fundamenta en la práctica de los siguientes principios:

- Coherencia absoluta ante los clientes internos y externos, entre lo que se ofrece y lo que se practica.
- Conocimiento pleno de las responsabilidades que el puesto implica.
- Creatividad al servicio del cliente.
- Genuino espíritu de servicio como factor cultural.
- Seguridad absoluta en la manipulación de la carga como intención fundamental.

5. Aumentamos nuestra confiabilidad al aplicar los siguientes principios:

- **Comunicación Interna y Externa**

Comunicamos todo de manera sincera, sencilla, precisa, oportuna y personalizada.

- **Creatividad e Innovación**

Anticipamos las necesidades y deseos de nuestros clientes, compañeros y accionistas, para crear formas nuevas y rentables de satisfacción.

- **Cumplimiento**

Entregamos lo acordado a tiempo, excediendo las expectativas.

- **Cabalidad**

Hacemos todo con exactitud y terminamos con precisión aquello a lo que nos comprometemos, cuidando los detalles.

## **b.) Valores corporativos**

Entorno a los valores corporativos estos se expresan en:

- Honestidad
- Compromiso
- Lealtad
- Honradez
- Compañerismo
- Solidaridad
- Respeto
- Transparencia
- Apertura hacia la autocrítica.

## CAPÍTULO II

### 2. ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1. Estudio de mercado Español

Mercado Meta

España

#### SITUACIÓN GEOGRÁFICA

El Reino de España se encuentra al suroeste de Europa. Limita al norte con el mar Cantábrico, Francia y Yorra; al este, con el mar Mediterráneo; al sur, con el mar Mediterráneo y el océano Atlántico, y al este con el océano Atlántico y Portugal.



#### ÁREA TOTAL

504, 782 km<sup>2</sup>

#### CAPITAL

Madrid.

#### CIUDADES IMPORTANTES

Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza, Málaga y Bilbao.

#### TIPO DE GOBIERNO

La forma de gobierno española es Monárquica y Parlamentaria. El Jefe de Estado es el Rey Juan Carlos Primero de Borbón. La Constitución está en vigor desde 1978. El Poder Ejecutivo está dirigido por el Presidente de Gobierno (ministro) con poderes limitados. La presidencia de gobierno está conformada por el presidente y los ministros. El Presidente es nombrado por el Rey después de haber sido propuesto por el Congreso de Diputados. El Poder Legislativo está representado a través de las Cortes Generales (el

Congreso de Diputados y el Senado). El Congreso está conformado por 350 miembros, sus cargos duran un período de 4 años. El Senado está conformado por 208 miembros con un período de 4 años.

## RECURSOS NATURALES

Son de relevancia los sectores: agrícola con la producción de granos, aceitunas, frutas cítricas, cereales, maíz, vid, olivo (utilizados para la fabricación de vinos y aceites), frutales, remolacha, plantas forrajeras, centeno y trigo. El sector ovino es relevante por la producción de lana de excelente calidad. El sector pesquero con su industria conservera es muy notorio. Finalmente el sector minero hace destacar a España como uno de los primeros productores europeos en: carbón, hierro, pirita, oro, plata, manganeso, azufre, estaño, cobre, uranio, mercurio, plomo y cinc.

## CLIMA

Temperado, con cálidos veranos en el interior, más moderado y nublado a lo largo de la costa. Inviernos nublados y fríos en el interior y en parte nublados y frescos a lo largo de la costa.

## MONEDA

### **Euro.**



## IDIOMA OFICIAL

Castellano o español.

## POBLACIÓN Y ECONOMÍA

45120.000 habitantes (empadronados a Enero del 2007)



## ECONOMÍA

Producto Interno Bruto (PIB):	\$1.014 trillones*
Crecimiento del PIB:	3.3% *
PIB – Composición por sector:	Agricultura – 3.4%*
	Industria – 28.7%*
	Servicios – 67.9%*

### 2.2. Análisis de consumidores y mercado de destino

En España, donde residen más de 400 000 ecuatorianos, el aporte mensual a la Seguridad Social de ese país pudiera sobrepasar los 46 millones de dólares.

El número medio de **extranjeros afiliados a la Seguridad Social en España** aumentó en abril en 26.542, hasta sumar 1'803.980 ocupados, lo que supone el 10,35 % de los 17'424.201 cotizantes del sistema, según datos difundidos este jueves por el Ministerio español de Trabajo e Inmigración.

En abril, la cotización de los extranjeros aumentó en todos los regímenes. Rumanía fue el país que aportó al sistema más afiliados, con 294.700 ocupados, seguido de Marruecos, con 217.088; Ecuador, con 146.799 afiliados, y Colombia, con 101.399.

No obstante, con respecto al mismo mes de 2010, el número de afiliados disminuyó en 46.389 trabajadores (el 2,51 % menos).

Así, el general sumó 1'162.183 adscritos (17.638 ocupados más que en marzo); el agrario, 251.367 (4.381 más); el del hogar, 181.816 (1.466 más), el del mar, 4.992 (181 más), y el del carbón, 597 (33 más).

**El Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA)** aumentó en 2.842 afiliados extranjeros y alcanzó la cifra de 203.024 adscritos.

Dentro del régimen general, la hostelería fue el sector con más cotizantes extranjeros, 255.063; seguido del comercio, reparación de vehículos de motor y bicicletas, con 195.417; la construcción, con 146.238, y las actividades administrativas y servicios auxiliares, con 128.449 adscritos.

En cuanto a su origen, 672.051 afiliados procedían de la Unión Europea (UE), mientras que 1'131.929 tenían otras nacionalidades.

Del total de cotizantes extranjeros, 1'001.783 eran hombres y 802.197, mujeres.

Según la Revista Digital Asociación sudamericana Ecuador de Córdova, Viernes, 20 de Mayo de 2011( [www. Asoecuador.org](http://www.Asoecuador.org))contaremos con 146.799 ciudadanos ecuatorianos que aportan a la seguridad social de España, esta población se constituye como la población económicamente activa de ecuatorianos en este país.

En el reparto por comunidades autónomas, Cataluña fue la región con más afiliados extranjeros, 397.071 (el 22,01 % del total), seguida de Madrid, con 385.587 (el 21,37 %); Andalucía, con 226.663 (el 12,56 %); y la Comunidad Valenciana, con 193.207 (el 10,71%).”

En la ciudad de Madrid se encuentran radicados 124.030 habitantes, los mismos que consideramos como nuestro mercado objetivo.



**Fuente:** Digital Asociación sudamericana Ecuador de Córdoba, Viernes, 20 de Mayo de 2011.

**Elaborado por:** Las Autoras

### 2.3. Estructura de edades

El flujo de inmigración de finales de los años 90 estuvo compuesto principalmente por mujeres, que acudían ante la expectativa de conseguir empleo en el servicio doméstico. Este predominio femenino queda claramente reflejado por un porcentaje de mujeres que se situó en torno al 65% entre los años 1988 y 1999, aunque con tendencia a disminuir. En cambio, a finales de 2000 la mayoría femenina era exigua: por cada 100 residentes ecuatorianos 56 eran mujeres y 44 varones. Esto significa que en el período reciente se intensificó la llegada de hombres procedentes de Ecuador. Los cambios registrados entre 1999 y 2000 muestran un crecimiento mayor de los varones: estos incrementaron su número en un 204% mientras las mujeres lo hicieron en 105,3%.

Según el Padrón Municipal de Madrid (ciudad) esta tendencia se verifica, puesto que entre los más de 50.000 empadronados a comienzos de 2008, el 55% son mujeres y el 45% varones.

Así, aparentemente, se está produciendo un equilibrio entre los sexos a partir de una colonia que en sus inicios era predominantemente femenina. Esta

circunstancia puede favorecer el fortalecimiento de las redes comunitarias de los inmigrantes, basadas en el asentamiento de grupos familiares "completos".

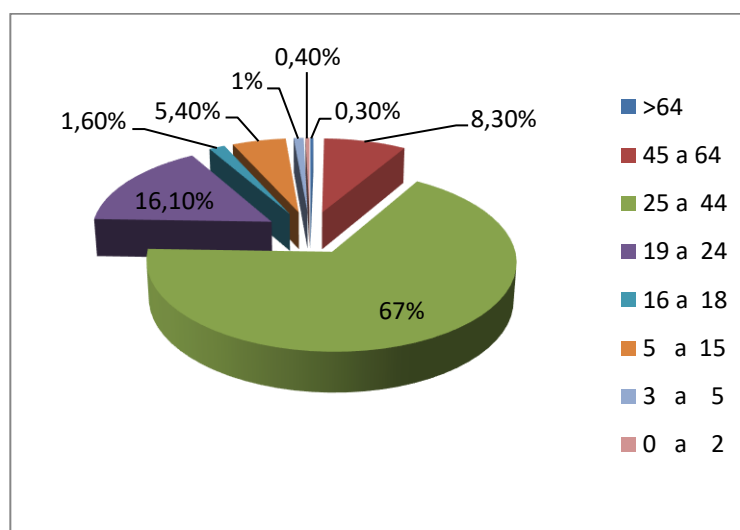
En la actualidad en España, en especial en Madrid se cuenta con una amplia mayoría de población adulta y presencia incipiente de menores de edad

La estadística de residentes muestra un absoluto predominio de inmigrantes en plena edad laboral: el 67% tiene entre 25 y 44 años y un 8% entre 45 y 64 años.

Los menores de edad son, desde el punto de vista civil (mayoría de edad legal, 18 años), el 8,2% de todos los residentes, y los menores desde el punto de vista laboral (hasta 16 años), algo menos del 7%.

Esta estructura de edades es característica de los flujos migratorios en su primera etapa, en la que predominan las personas en edad laboral, prácticamente no existen ancianos y es aún incipiente la presencia de niños y niñas.

### Residentes ecuatorianos por edad



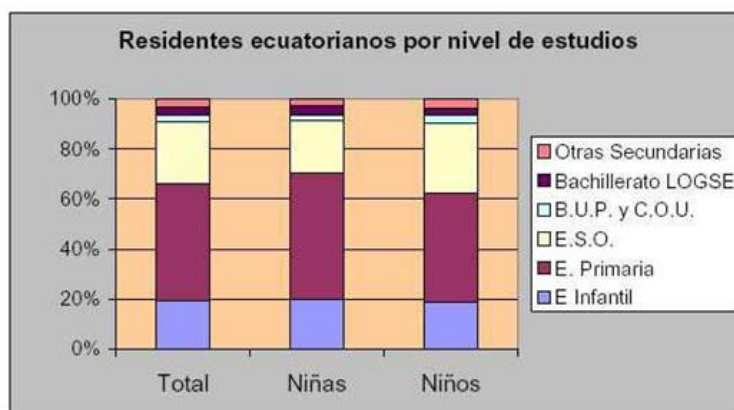
**Fuente:** Ministerio de Trabajo y seguridad social abril 2008, elaboración colectivo IOÉ

**Elaborado Por:** Las Autoras

A pesar de esto, la creciente equiparación entre los sexos a partir de un inicial predominio femenino- está acompañada con la llegada, o nacimiento, de niños de origen ecuatoriano. Esta circunstancia se refleja en las cifras de alumnado extranjero que ha evolucionado de la siguiente manera: en el curso escolar 1995-1996 el total de alumnos de esta nacionalidad era de 338; cuatro años después había crecido hasta los 1.426. Esta evolución significa un crecimiento del 322%, que ha sido bastante mayor entre los varones (498%) que en el caso de las niñas (327%). Como puede verse en la Tabla 6, los varones siempre han sido mayoría entre los alumnos de Ecuador, pero este desequilibrio se ha acentuado durante el curso escolar 1998-1999, incrementándose hasta el 73,8% del total.

En la Tabla 5 (y en el gráfico siguiente) puede verse la distribución de estos alumnos por los distintos niveles educativos en función de su sexo. Se comprueba que las niñas están más concentradas en educación primaria y, en menor medida, en infantil, mientras que los varones tienen más presencia en la Enseñanza Secundaria Obligatoria. Está por verse si esta desigual distribución se debe a una mayor presencia de varones en edades de 13 a 16 años (correspondientes a la Enseñanza Secundaria Obligatoria) o a otros factores por analizar.

### Residentes ecuatorianos por nivel de estudios



**Fuente:** Ministerio de Trabajo y seguridad social abril 2008, elaboración colectivo IOÉ

## **Provincias de origen de los ecuatorianos residentes en Madrid**

Casi un tercio de los ecuatorianos residentes en España procede de la provincia de Pichincha, según la estimación efectuada. En la encuesta de IOÉ, su principal lugar de asentamiento es Madrid y atendiendo al municipio de origen en la provincia de Pichincha, proceden de Quito el 80% y de otras localidades el 20%. El 75% de los inmigrantes de Pichincha ha venido a España entre 1997 y 2000.

Loja es la segunda provincia en importancia, tanto en la encuesta de IOÉ como en la aplicada en Madrid por LucPignol. El 48% habría llegado a España en los años 1999-2000.

En tercer lugar, aparece Guayas, primer colectivo ecuatoriano en Madrid según la encuesta de IOÉ. El 72% procede de la ciudad de Guayaquil, el resto de otras poblaciones de la provincia. El 67% habría venido a España en 1999-2000.

Cañar y Azuay destacan en la muestra de Madrid de LucPignol pero aparecen poco en las encuestas aplicadas por IOÉ.

**Fuente:** Ministerio de Trabajo y seguridad social abril 2008, elaboración colectivo IOÉ

## **2.4. Demanda per Cápita.**

Durante el año 2009, cada español gastó 328 euros en carne y productos cárnicos en cerca de los 50 kilos per cápita consumidos. Al preguntar a los consumidores sobre los diferentes aspectos que orientan su demanda en los productos de origen animal, aparecen argumentos como el aspecto de la pieza, el país de origen, las denominaciones de calidad, el sistema de cría o la trazabilidad. Además de todos estos aspectos, este artículo también analiza las principales cifras de la demanda de carne en España incidiendo, al mismo tiempo, en algunos

de los factores que repercuten en su consumo (clase social, edad del comprador, hábitat de residencia o tipología de hogar). El consumo extra doméstico de carne y productos cárnicos es otro de los aspectos abordados en este trabajo.

**PALABRAS CLAVE:** alimentación, carne, productos cárnicos, vacuno, porcino, pollo.

Conforme a la información aportada por el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino (MARM, 2010), a través de los Paneles de Consumo Alimentario, el gasto total en alimentación y bebidas ascendió en 2009 a 86.851 millones de euros.

#### Consumo de carne y productos cárnicos 2009

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
<b>TOTAL CARNE</b>	<b>2.277,02</b>	<b>14.999,22</b>	<b>419,88</b>	<b>2.514,26</b>	<b>111,42</b>	<b>523,11</b>	<b>2.808,31</b>	<b>18.036,58</b>
Carne fresca	1.692,38	10.167,70	212,56	1.292,65	65,59	291,34	1.970,53	11.751,69
Carne congelada	41,53	224,42	102,49	477,81	18,45	74,39	162,47	776,63
Carne transformada	543,11	4.607,09	104,83	743,83	27,37	157,38	675,31	5.508,30

**FUENTE:** Elaboración propia con datos del MARM (2010).

En la demanda de alimentación de los consumidores españoles priman los productos frescos; así pues, la carne supone un 20,8% sobre el gasto total, las patatas, frutas y hortalizas frescas un 13,4% y el gasto en pescados alcanza el 12,6%.

De acuerdo a los datos anteriores, la carne y los productos cárnicos se configuran como una partida con una notable participación en el patrón alimentario de los hogares españoles. Tanto los datos de consumo como las estadísticas de gasto en alimentos y bebidas otorgan a la carne las cifras más elevadas en las demandas de los individuos.

Durante el año 2010, el consumo total de carne ascendió a cerca de 2.808,3 millones de kilos y alcanzó un gasto entorno a 18.036,6 millones de euros (supone un retroceso, con respecto al año 2008, del 2,4% en consumo y del 3,8% en gasto). El mayor porcentaje del consumo se concentró en los hogares (81,1%), mientras que la restauración comercial supone el 14,9% y la restauración social y colectiva, el 4% restante (véase el cuadro 1).

En la estructura de consumo de los hogares, la carne fresca tiene una presencia notable (74,3%), mientras que la carne congelada (1,8%) y la carne transformada (23,9%) representan porcentajes menores.

En la restauración comercial, la carne fresca supone un 50,6% del consumo, aunque la carne congelada (24,4%) y la carne transformada (25%) tienen una participación más elevada que en el caso de los hogares. En la restauración colectiva y social, la carne fresca representa un 58,9% del consumo total, mientras que la carne transformada llega al 24,8%.



En cuanto a la demanda doméstica, durante el año 2010 los hogares españoles consumieron más de 2.277 millones de kilos de carne y productos cárnicos y gastaron casi 15.000 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 49,8 kilos de consumo y casi 328 euros de gasto.



El consumo más notable se asocia a la carne fresca (37 kilos por persona) y de manera concreta al pollo (12,7 kilos per cápita) y al cerdo (por encima de 11,3 kilos por persona). En términos de gasto, la carne fresca concentra el 68% del gasto y resulta significativa la participación de la carne de vacuno (59,3 euros) y de cerdo (66,7 euros). La carne transformada (11,9 kilos y 100,7 euros por persona) resultó importante en el consumo de los hogares españoles durante el año 2010, mientras que la demanda de carne congelada (menos de 1 kilo y 4,9 euros de gasto por persona) tiene una repercusión reducida, situación que se puede observar en el siguiente cuadro.

**CUADRO NO. 5  
CONSUMO Y GASTO EN CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE LOS  
HOGARES EN 2010**

	<b>CONSUMO TOTAL (MILLONES EUROS)</b>	<b>PERCÁPITA (KILOS)</b>	<b>GASTO TOTAL (MILLONES EUROS)</b>	<b>PERCÁPITA (EUROS)</b>
TOTAL CARNE	2.277,02	49,79	14.999,22	327,97
Carne certificada	247,76	5,42	2.424,15	53,01
Carne fresca	1.692,38	37,00	10.167,70	222,32
Salchichas frescas	29,01	0,63	184,97	4,04
Carne Vacuno	302,15	6,61	2.713,14	59,32
Ternera	231,00	5,05	2.084,25	45,57
Añojo	53,65	1,17	458,57	10,03
Mayor	17,50	0,38	170,32	3,72
Carne pollo	581,64	12,72	2.345,99	51,30
Pollo entero	209,57	4,58	598,96	13,10
Pollo filetes	38,50	0,84	241,60	5,28
Pollo por piezas	333,58	7,29	1.505,43	32,92
Carne conejo	57,17	1,25	325,87	7,13
Carne ovino y caprino	99,92	2,18	1.030,37	22,53
Ovino y caprino entero	28,24	0,62	290,40	6,35
Ovino y caprino piezas	71,68	1,57	739,97	16,18
Carne cerdo	518,27	11,33	3.050,24	66,70
Carne cerdo adobado	44,77	0,98	297,63	6,51
Carne despojos	41,64	0,91	167,27	3,66
Despojos cerdo	16,65	0,36	61,45	1,34
Despojos cordero	3,71	0,08	19,49	0,43
Despojos pollo	8,82	0,19	25,12	0,55
Despojos ternera	10,21	0,22	52,20	1,14

Otros despojos	2,25	0,05	9,01	0,20
Otras carnes frescas	91,59	2,00	534,81	11,69
Avestruz	0,55	0,01	4,56	0,10
Pavo	41,19	0,90	237,75	5,20
Otras aves	16,86	0,37	92,05	2,01
Carne congelada	41,53	0,91	224,42	4,91
Congelada pollo	20,30	0,44	83,48	1,83
Congelada cerdo	10,32	0,23	62,25	1,36
Congelada vacuno	4,88	0,11	38,10	0,83
Resto congelada	6,04	0,13	40,59	0,89
Salchichas congeladas	0,32	0,01	2,22	0,05
Carne transformada	543,11	11,88	4.607,09	100,74
Jamón curado + paleta	109,60	2,40	1.544,00	33,76
Jamón curado normal	73,26	1,60	885,12	19,35
Jamón ibérico	20,80	0,45	418,51	9,15
Paleta curada normal	7,93	0,17	88,69	1,94
Paleta ibérica	7,61	0,17	151,68	3,32
Huesos jamón curado	4,81	0,11	15,67	0,34
Lomo embuchado	12,72	0,28	208,72	4,56
Otras salazones	17,48	0,38	90,64	1,98
Tocino y manteca	12,28	0,27	75,33	1,65
Chorizos	52,44	1,15	414,65	9,07
Salchichón y salami	24,67	0,54	197,95	4,33
Fuet y longanizas	23,05	0,52	203,31	4,45
Otros productos curados	19,84	0,43	169,41	3,70
Salchichas	50,67	1,11	184,06	4,02
Jamón cocido	68,29	1,49	520,37	11,38
Paleta cocida	5,63	0,12	45,57	1,00
Fiambres	95,33	2,08	617,04	13,49
Productos a base sangre	11,89	0,26	68,50	1,50
Foie-gras y patés	17,01	0,37	125,80	2,75
Cocidos y otros	16,52	0,36	126,08	2,76

**Fuente:** Elaboración propia con datos del MARM (2010).

**Elaborado por:** Las Autoras

## 2.5. Canal de Distribución

### Logística internacional

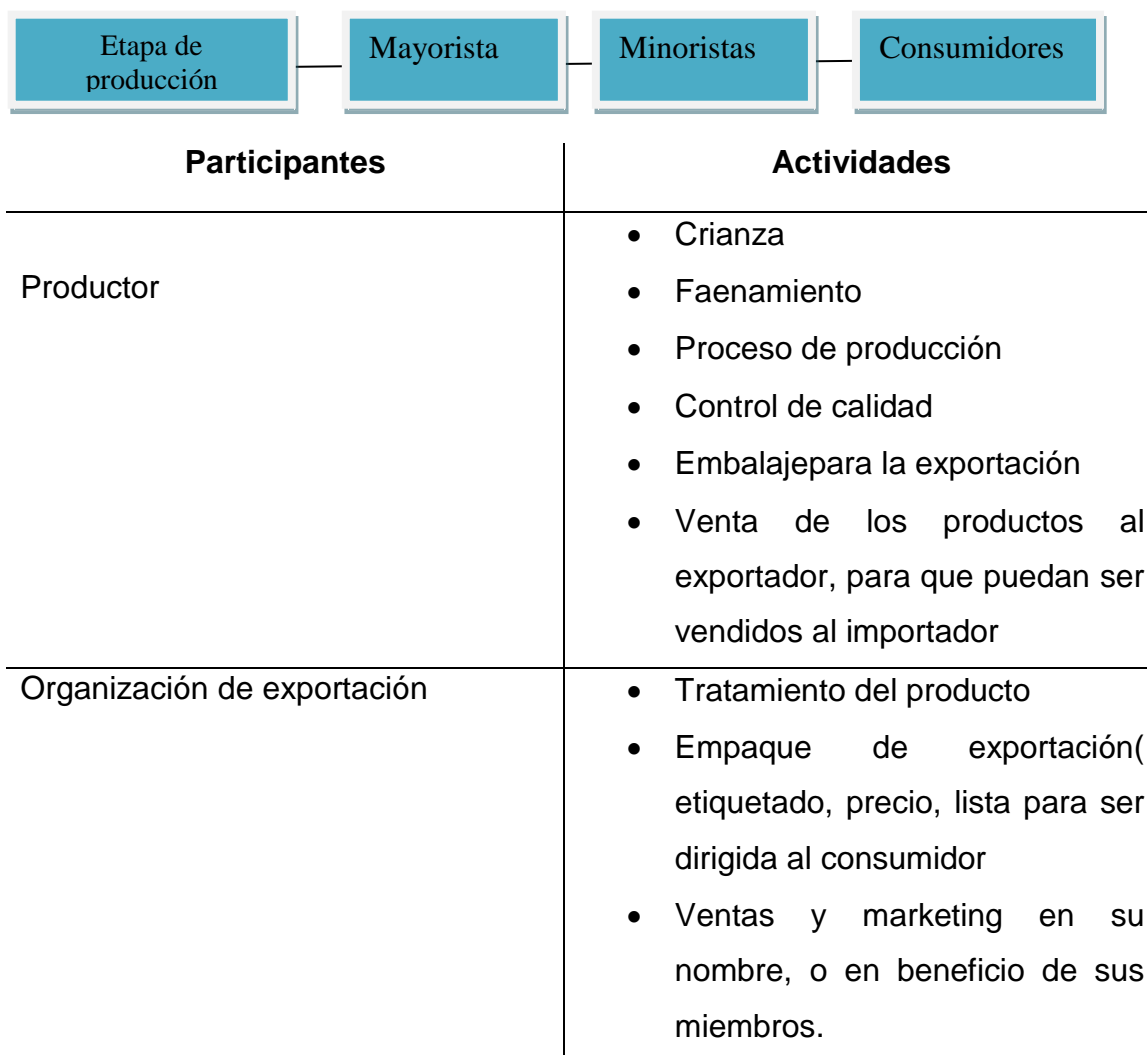
En el comercio de productos industrializados existe una gran tendencia en utilizar el método de intercambio directo: entre el productor/exportador y una larga cadena de ventas al por menor. Este fenómeno ha traído como consecuencias

que en algunos países europeos los importadores se especialicen en la cadena como: proveedores de servicios logísticos, controladores de calidad y coordinadores del flujo de bienes.

Unión Europea

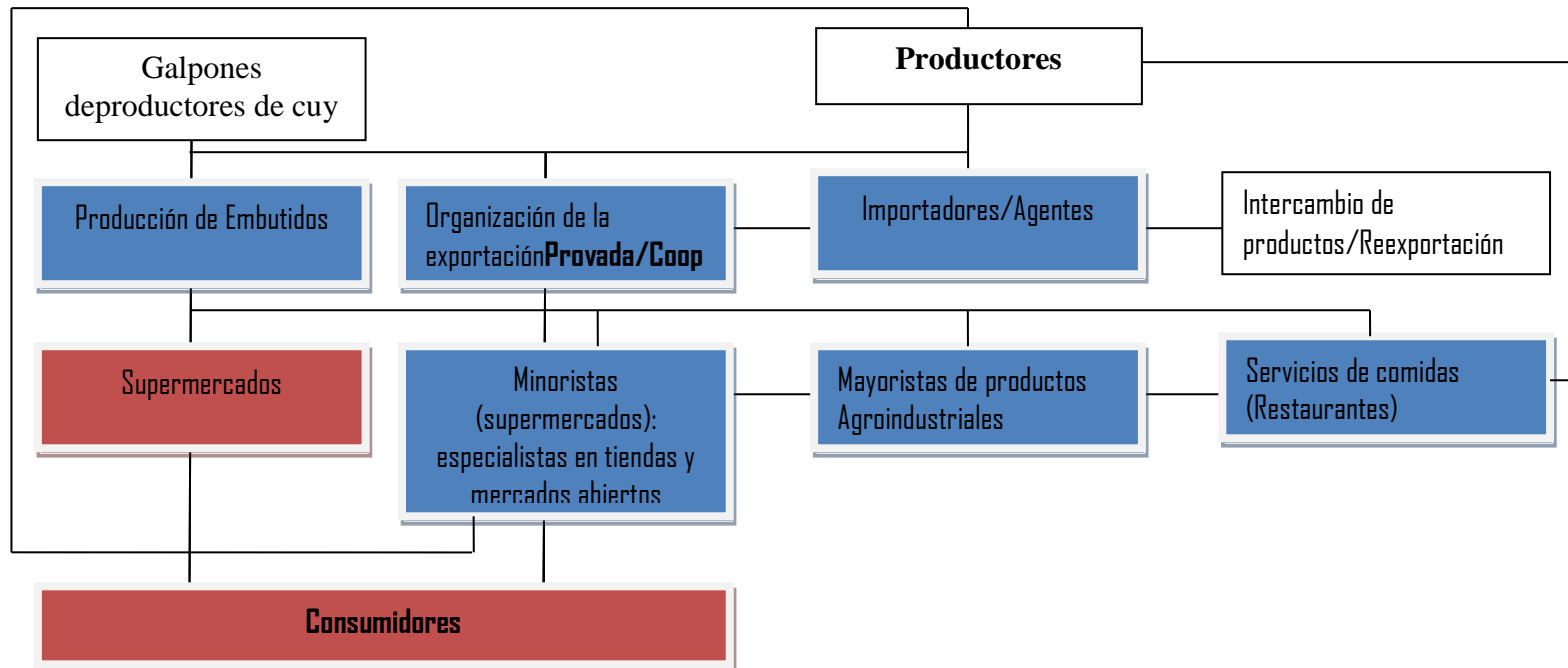
Los productos agropecuarios exportados hacia la Unión Europea, pasan por el siguiente proceso:

FIGURA 6



**Fuente:** Las Autoras

**FIGURA. 7**  
**CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES DE LA UNION EUROPEA**



Realizado por : Las autoras

## **Comportamiento de los canales de distribución**

### **➤ Mayoristas**

La mayor parte de los importadores mayoristas toman en cuenta las formalidades de la importación y procesan los bienes importados para un producto distribución en el país importador o para re-exportarlos hacia otros países. Realizan también actividades adicionales como: maduración, racionalización y empaque de los bienes. En muchos casos, los importadores mantienen contacto con sus proveedores, y estos a su vez aconsejan a sus proveedores sobre: cualidades del producto, tamaño y empaque. Los importadores suelen utilizar agentes para realizar sus importaciones. Los agentes funcionan como intermediarios entre el exportador y el importador.

Ellos no realizan intercambios comerciales, sólo mantienen contactos con proveedores extranjeros y obtienen productos para sus clientes, quienes generalmente son los mayoristas. La mayoría de los agentes cobran comisiones sobre el precio de venta. Una de las grandes expectativas que tienen los productores y los importadores, es crecer en el futuro mediante programas de marketing dirigidos a los consumidores y minoristas.

En Europa existe una gran tendencia en utilizar el método de intercambio directo: entre el productor/exportador y una larga cadena de ventas al por menor, trayendo como consecuencia especialización en las importaciones. Cabe recalcar, que los importadores juegan un papel específico e individual en la cadena de distribución, porque ellos mantienen una fuerte relación con sus proveedores y juegan un papel indispensable como recaudadores de una amplia gama de productos.

La presente situación en la estructura de distribución europea lleva a los exportadores de productos agroindustriales de países en vías desarrollados a estar atentos a las demandas establecidas por la larga cadena minorista en el

intercambio de importaciones y a proveerles completamente. Lo sobresaliente aquí es que la gran cadena de distribución minorista se propone el comercio a gran escala. Esta demanda unifica cualidades y volumen sobre el lado exportador.

Al mismo tiempo, las empresas tratan de moverse hacia sistemas centrales y controlados de compras, los cuales son más económicos en términos de tiempo y dinero porque son proporcionados directamente del sector productor.

El fortalecimiento de compradores está ocurriendo en todas las distribuciones de cadenas alimenticias. Como consecuencia de esto tenemos una demanda consistente de volúmenes y cualidades del incremento de productos frescos, llevando a las empresas a introducir métodos de adquisiciones que administren la cadena de distribución de manera más eficiente. Compradores están aumentando relaciones comerciales con sus proveedores más importantes, de esta manera aseguran la disponibilidad de sus productos. Los compradores de grandes cantidades son el poder detrás del fortalecimiento de los proveedores, porque llevan a los transportistas a servir mejor a sus clientes.

La preocupación de los grandes proveedores está en que sólo ciertas empresas tienen suficientes recursos financieros y de apoyo, y que son capaces de cubrir gastos y riesgos relacionados con el proceso de cultivo en muchas regiones o países sobre extensos períodos.

#### ➤ **Minoristas**

Las funciones más importantes para esta etapa se basan en el marketing y las ventas.

La estructura del intercambio de productos agroindustriales ofrecen al consumidor la posibilidad de hacer una selección de varios puntos de venta, los más importantes son:

- Tiendas especializadas de cárnicos
- Hipermercados/supermercados
- Mercados abiertos
- Productores/granjeros.

En cadena tradicional de comercialización, se venden productos frescos en la mayoría de sus mercados claves. Especialmente en España e Italia, donde cadenas de grandes supermercados e hipermercados no han hecho las mismas incursiones como mercados del norte de Europa. En Francia y Reino Unido se han incrementado las ventas de productos frescos y vegetales. Hipermercados y supermercados están a la vanguardia vendiendo productos preempacados. La diversidad de frutas y vegetales en los supermercados e hipermercados ha aumentado. Podemos ver el desarrollo de nuevos mini-productos que están a la disposición de los consumidores, gracias a los minoristas.

Las empresas están poniendo todo el empeño en diseñar nuevos productos, para que atraigan la atención del consumidor, tanto en satisfacción de necesidades como en gustos y preferencias. Las cadenas de supermercados se están enfocando más en la especialización del comercio de productos agroindustriales no tradicionales al por mayor y han encontrado centros de distribución para abastecerse de productos y venderlos en sus tiendas gracias a la concentración de migrantes en ciertas zonas en particular.

Pero existe otra tendencia, en la cual los supermercados tratan de imitar las características de tiendas más pequeñas especialistas en carnes y sus derivados.

Las cadenas de supermercados buscan asegurar a sus proveedores a través del contacto directo con los productores y organizaciones, especialmente cuando venden cárnicos exóticos de calidad, las cuales tienen un mercado considerable. Esto resulta para vendedores de embutidos de carne de cuy un

menor número de clientes pero que al mismo tiempo son potenciales compradores. El crecimiento de cadenas internacionales y su cooperación internacional tienen implicaciones para exportadores de embutidos en países en vías de desarrollo, porque los consumidores prefieren comprar los cárnicos en tiendas y supermercados puesto que son manejadas por compañías especializadas, afectando de esta manera las importaciones y distribuciones.

## **Conclusión**

El mercado Español- Madrid es atractivo para el consumo de embutidos, en especial cuando existe 0.32 millones de euros en consumo de salchichas congeladas, 50.67 millones en salchichas y 23.05 millones de euros en lo referente al consumo de longanizas, esta demanda establece un consumo per cápita de 0.05, 4.02 y 4.45 respectivamente. En Madrid se encuentra la mayor cantidad de ecuatorianos regularizados, dejándonos ver que es un mercado muy atractivo para el producto embutidos de carne de Cuy.

## **2.6. Competencia Internacional**

Dentro de la competencia internacional tenemos a los países productores de cuyes a nivel latinoamericano como: Perú, Bolivia, y Colombia.

La autora es Líder del proyecto «Sistemas de producción familiar», Instituto Nacional de Investigación Agraria y Agroindustrial-Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (INIAA-CIID), La Molina, Perú.

El cuy es un mamífero roedor originario de la zona andina del Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia. Constituye un producto alimenticio nativo, de alto valor nutritivo y bajo costo de producción, que contribuye a la seguridad alimentaria de la población rural de escasos recursos. En los países andinos la población de cuyes se estima en 36 millones de animales. En Ecuador y Perú la cría está difundida en la mayor parte del país; en Bolivia y Colombia está circunscrita a



determinados departamentos, lo cual explica la menor población animal en estos países. En el Perú se encuentra la mayor población de cuyes. El consumo anual es de 116 500 toneladas de carne, proveniente del beneficio de más de 65 millones de cuyes producidos por una población más o menos estable de 22 millones.

## **2.7. Estrategias para entrar al país de destino**

De seguro debemos trabajar junto al cliente para diseñar la estrategia más adecuada para entrar en un nuevo mercado, lanzar un nuevo producto. Para ello se ha realizado un análisis detallado de la demanda, y de oferta de productos similares como las salchichas y longaniza productos que son la competencia del producto propuesto.

Partiendo de este conocimiento, se planifica una estrategia de entrada, desde la selección del mercado objetivo hasta el diseño más adecuado del producto o servicio. Nuestras recomendaciones están basadas en una metodología sólida de información primaria y secundaria.

### **Estrategias de Canal**

La estrategia de canal ha adquirido una importancia crucial en los mercados TIC. Con ella se ayuda al cliente a elegir a los socios adecuados, fidelizarlos y proporcionarles las herramientas para que se produzcan los resultados esperados. El ritmo al que cambian los mercados tecnológicos hace necesario revisar las estrategias y planes de canal, para plasmar esta estrategia debemos tener claro que los instrumentos de comunicación en Europa cambian constantemente para hacerlos más amigables con el internet y con ella, podremos llegar a más hogares españoles de ecuatorianos residentes.

## **Diferenciación de producto**

Los embutidos de carne de cuy es un producto relativamente nuevo y para ello el mercado español está abierto, es así que España tiene interés en consumo de pasabocas o snacks que no contengan demasiadas calorías, mejor si son de sabores nuevos, mezclas o productos alimenticios que aun no han llegado a la cultura española, también hay que resaltar las propiedades alimenticias de esos alimentos para que sean tomados en cuenta por los consumidores, pasabocas como los platanitos y las achiras son aceptadas, también es un mercado que busca salsas que acompañen bien las comidas tanto pasabocas como comidas grandes por lo que Ecuador y otros países de Latinoamérica pueden desarrollar buenas opciones en ese mercado con salsas nuevas, recordando que la innovación y diferenciación son básicos.

En esa consideración de las tendencias del mercado español será necesario establecer Estrategia de Penetración y Alianzas Estratégicas ya que Antes de una firma instalarse debe tomar muy en cuenta que mercados penetrar, cuando hacerlo y que escala, como forma de tener un éxito garantizado en el mercado que piense desarrollar.

## **Momento de Penetración**

Después de la identificación del mercado viene lo que es el momento de penetración. Hay que tener cuidado con la entrada temprana a un mercado nacional, ya que se debe tomar en cuenta los costos pioneros que los primeros participantes deben asumir, incluyendo el mayor riesgo de fracaso empresarial.

## **Escala de Penetración y Compromisos Estratégicos**

El valor de los compromisos que fluyen a partir de una entrada a gran escala en un mercado extranjero debe ser sopesado con los riesgos resultantes y la falta de flexibilidad de los compromisos significativos.

Es preciso señalar que una entrada a pequeña escala puede limitar las pérdidas potenciales, pero también puede perder la oportunidad de capturar ventajas del primero en actuar.

### **Formas de penetración**

Hasta el momento existen seis formas de penetrar en un mercado extranjero de las cuales para nuestro producto se ve necesario varias de ellas: Exportación, Proyectos “Llaves en mano”, Licenciamiento, Franquiciamiento, JointVentures y el Establecimiento de subsidiarias de propiedad absoluta.

### **Exportaciones**

Existen ventajas y desventajas en el proceso de exportación. Por un lado facilitan la construcción de economías con base en curva de experiencia, así como el evitar los costos relativos al establecimiento de operaciones de fabricación en otro país. Mientras que por otro lado, las desventajas incluyen costos, elevados de transporte y barreras comerciales, así como problemas de los agentes de marketing.

### **Licenciamiento**

La ventaja principal de esta forma de penetración radica en que el licenciataria asume los costos y riesgos de la apertura de un mercado extranjero. Las desventaja incluyen el riesgo de perder el conocimiento y la carencia de un firme control sobre los licenciataria.

### **Franquiciamiento**

Es similar al Licenciamiento. La ventaja principal de este radica en que el franquiciataria asume los costos y riesgos de la apertura de un mercado

extranjero. Mientras que la desventaja se encuentra en los problemas de control de calidad, pues los franquiciatarios se encuentran a distancias considerables.

### **Alianzas Estratégicas**

Estas permiten a las empresas compartir los costos fijos y los riesgos derivados del desarrollo de nuevos productos o procesos. Además facilitan la transferencia de habilidades complementarias entre compañías y pueden ayudar a las firmas a establecer parámetros técnicos.

La desventaja de una alianza es que la firma se arriesga a dar su conocimiento tecnológico y el acceso al mercado a cambio de muy poco.

Estrategias que le permitirán a la Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy colocar con eficacia sus productos en el mercado de Madrid-España.

## CAPÍTULO III

### 3.1 Estudio Técnico

#### 3.1.1 Tamaño

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo determinado de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto que se trata. Por lo tanto si se dice que el tamaño de la fábrica de embutidos es de 48.000kg, se debe especificar el número de días al año y el número de horas al día en que se proyecta hacer trabajar la fábrica para lograr esta capacidad de producción; es decir el tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.<sup>1</sup>

#### **El tamaño como una función de la capacidad de producción.**

“Al considerar el tamaño como una función de la capacidad de producción se debe distinguir entre capacidad teórica, capacidad normal viable y capacidad nominal máxima.

- **Capacidad teórica.** Es aquel volumen de producción que, con técnicas óptimas, permite operar al mínimo costo unitario.
- **Capacidad nominal máximo.** Esta es la capacidad técnicamente viable y a menudo corresponde a la capacidad instalada, según las garantías proporcionadas por el abastecedor. Para alcanzar las cifras de producción máximas se necesitarían horas extraordinarias de trabajo, así como un consumo excesivo de suministros de fábrica, servicios, repuestos y partes de desgaste rápido, lo cual aumentaría el nivel normal de los costos de operación.

---

<sup>1</sup> ARBOLEDA VELEZ, Germán, Proyectos, Formulación, Evaluación Y Control, Colombia, 2004, Pag. 119

- **Capacidad normal viable.** Esta capacidad es la que se logra en condiciones normales de trabajo teniendo en cuenta no sólo el equipo instalado y las condiciones técnicas de la planta, tales como paros normales, disminuciones de la productividad, feriados, manteniendo, cambio de herramientas, estructura de turnos deseada, y capacidades indivisibles de las principales máquinas, sino también el sistema de gestión aplicado. Así, la capacidad normal viable es el número de unidades producidas por período en las condiciones arriba mencionadas.

Esta capacidad debe corresponder a la demanda derivada del estudio del mercado. Cuando se expresa el tamaño del proyecto se emplea el concepto de capacidad normal viable.

La capacidad de la planta procesadora de embutidos de carne de cuy que en estrecha colaboración con las comunidades está en capacidad de procesar aproximadamente 48000kg. al año, que constituyen el 33,79% de la demanda insatisfecha del mercado.

### **El tamaño como una función del tiempo**

Al considerar el tamaño como una función del tiempo es importante tener en cuenta que la estacionalidad en la disponibilidad y suministro de ciertas materias primas e insumos determina la utilización de la capacidad instalada. Es para estos períodos para los cuales se estima la capacidad de la planta y se espera que su operación sea máxima.

### **El tamaño como una función de la operación en conjunto.**

Al considerar la operación en conjunto es posible detectar aquellos puntos críticos o cuellos de botella que conlleve a la necesidad de establecer dos o más turnos de determinadas unidades de producción”.<sup>2</sup>

En el análisis del tamaño del proyecto será necesario considerar la dimensión y características del mercado; por dimensión podemos tener presente que existe un mercado que aun no se encuentra satisfecho, situación que se presenta dentro de la demanda insatisfecha para el año 2010 la misma que es de 147.963 kg. Situación que nos deja ver una oportunidad de mercado.

La tecnología que se va utilizar en el proceso productivo, está en función de cada proceso de producción los mismos que se encuentran sujetos a una escala mínima de producción, en consecuencia sobre el equipo y su tamaño a los cuales hay que adaptar la solución, en nuestro caso 178,4 kg diarios con un trabajo de 269 días al año.

La disponibilidad de insumos y materia prima para la fabrica garantiza la producción propuesta y proyectada, situación que permite operar todo el año ya que se trata de un recurso renovable de gran producción en el sector, con la limitante de la tecnología que impone una escala de producción mínima o máxima.

La localización del proyecto, se constituye en una variable fundamental en torno a la distribución geográfica del mercado y el impacto que tiene la localización en los costos de operación y distribución, situación que se ve favorable, al contar con carreteras que conectan directamente a la panamericana sur y norte.

---

<sup>2</sup> ARBOLEDA VELEZ, German, Proyectos, Formulación, Evaluación Y Control, Colombia, 2004. 119-120

Un aspecto muy importante en el tamaño es la maquinaria y equipo con la que se contara para llevar a cabo con éxito la producción y comercialización de embutidos de carne de cuy.



## Maquinaria para la elaboración de embutidos

### PICADORAS MONOBLOC

Picadoras de alimentación manual para pequeñas producciones.

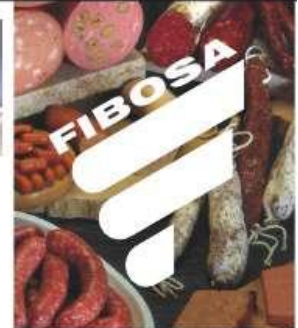
Modelo	Producción kg/h
PM - 114	de 270 a 450
PM - 130	de 420 a 900
PM - 160	de 530 a 1000



Mod. PM-114



Detalle alimentación picadora PA



### PICADORAS AUTOMÁTICAS

Picadoras equipadas con sistema de alimentación angular o con proceso previo de mezclado, que permiten trabajar con carne fresca y congelada previamente guillotizada. Las picadoras automáticas modelos NCP, PA y PREMAT realizan un picado homogéneo y regular, y tienen la posibilidad de incorporar un sistema de desnervado de la carne.



Mod. PA-200



Proceso amasado

Modelo	Producción kg/h	Características
NCP - 130	1000 a 2000	Modelos con tolva directa a husillo de picado.
NCP - 160	1300 a 2600	
PA - 130	3000 a 4000	Modelos con sinfín de alimentación automática hacia el husillo de picado.
PA - 160	5000 a 6000	
PA - 200	8000 a 9000	
Premat - 130	3000 a 4000	Modelos con palas de premezclado antes del picado.
Premat - 160	5000 a 6000	
Premat - 200	8000 a 9000	



Mod. PREMA-200

### AMASADORAS

Las amasadoras Mod. AVT con palas en "Z" o Mod. AVZ con doble pala en "Z" son muy eficaces para el amasado de una amplia gama de pastas y preparados cárnicos. Los modelos AVT y AVZ realizan la doble función de amasado y mezcla de manera rápida y eficaz. La incorporación de tapa y sistema de vacío permite obtener un producto perfectamente homogéneo y sin burbujas de aire. Su funcionamiento silencioso y la posibilidad de incorporar un sistema de carga y descarga automáticos las hacen máquinas muy adaptadas a medianas y grandes producciones. Las amasadoras Mod. AM no disponen de vacío y están indicadas para pequeñas producciones, plantas piloto o charcuterías.



Detalle conjunto de palas de mezclado



Mod. AVT-50/EL



Mod. AVZ-600



Mod. AVZ-1000

Las picadoras PREMAT se pueden equipar opcionalmente con un sistema de inyección de gas criogénico.

	Modelo	Producción kg/h
Con vacío	AM-50, AM-100, AM-150, AM-250	De 150 a 800
	AVT-50, AVT-100, AVT-150, AVT-150/EL, AVT-300	De 150 a 1000
	AVZ-150, AVZ-300, AVZ-600, AVZ-1000, AVZ-1500	De 400 a 6000

Tenemos claro que el objetivo del estudio de técnico es proveer de información para la determinación de la viabilidad técnica de llevar a cabo las inversiones.

### 3.1.2 Localización

#### La macro localización

Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy está ubicado en:

**País:** Ecuador:  
**Provincia:** Chimborazo  
**Cantón:** Riobamba.

#### La Micro localización

La fábrica estará en la ciudad de Riobamba en la ciudadela Esperanza, diagonal al parque de las yerbas, al ser un sector de fácil acceso al ámbito agrícola y pecuario y donde cuenta con los servicios básicos y facilidades para realizar sus actividades, con la facilidad de vialidad de primer orden que conectan con la panamericana sur.

### 3.1.3 Ingeniería

#### Descripción del producto

Es necesario distinguir tres clases de embutidos:

**EMBUTIDOS CRUDOS:** Son los que tienen carne cruda como componente principal por lo tanto en su elaboración no intervine ninguna parte de carne cocida o escaldada. Además de carne cruda, forma parte de su composición otra materia prima, es decir el tejido adiposo (tocino o grasa). La carne y el tocino se salan, pican, condimentan, embuten en tripas, disecan, maduran y ahuman. Las diferentes fases de su elaboración varían según su clase. En este tipo de embutidos tenemos: chorizo, salamis y otros.

**EMBUTIDOS COCIDOS:** Productos elaborados a partir de carne sobretodo magra, la temperatura de cocción se sitúa entre 80 y 90 grados centígrados, se pueden incluir en este grupo: morcilla, queso de cabeza, y paté de hígado.

**EMBUTIDOS ESCALDADOS:** Comprende aquellos productos a base de carne muscular y tejido adiposo que han sido sometidos a procesos de elaboración, generalmente se embuten en tripas naturales o artificiales y se escaldan a temperaturas comprendidas entre 70 y 80 grados centígrados, con una cocción de 5 a 7 minutos, de allí en adelante depende del grosor del embutido. En este tipo de embutidos tenemos: salchicha, mortadela, salchichón y otros.

### **Características y particularidades de los productos a fabricar**

La empresa sugerida en base a este proyecto tendrá una línea de producción para elaborar dos productos: Salchicha y Chorizo.

**SALCHICHA:** uno de los productos obtenidos en el proceso de transformación de la carne es la salchicha, que tendrá las características exigidas por las normas de comercialización y de producción, tanto nacionales como internacionales, para lo cual se tendrá en cuenta las normas del ICONTEC, que en rasgos generales son:

**SALCHICHA** es el resultado de procesar la carne de cuy, cerdo y grasa, adicionando curantes y condimentos en proporciones específicas de acuerdo a la fórmula empleada, sus características son:

Ligazón y textura: estas características se reflejan en la pasta, la cual debido a ellas su textura es homogénea, la pasta es consistente, dura y fácil de cortar.

Aroma, sabor y color: la salchicha se caracteriza por tener un color rojo pálido o rosado brillante, un sabor ligeramente picante y ácido, éste producto puede ser ahumado o escaldado.

Apariencia del producto: La salchicha es de forma cilíndrica de 10 a 12 centímetros de largo, por un diámetro de 2 centímetros; sin ser estos patrones fijos ya que pueden diversificarse en tamaños mayores o menores dependiendo del gusto del cliente.

**CHORIZO:** Las características principales del chorizo a producir en la industria son:

En cuanto a su textura presenta una masa homogénea, su pasta es blanda, porosa, suelta, al cortar se desmorona.

Su color es gaspeado de rojo fuerte, sabor picante muy condimentado, está dentro de la clasificación de productos crudos, su periodo de duración es corto.

Su forma es cilíndrica, su tamaño normal es de 15 centímetros de largo, por un diámetro de 30 milímetros; estas dimensiones están sujetas a variaciones dependiendo de la comercialización.

Utiliza una envoltura natural comestible (intestino de cerdo), digerible para el consumo humano, además no necesita revestimiento.

### **Especificación técnica**

Presentación de los productos: Los productos llegarán al mercado en el empaque y presentación sugerida en las normas técnicas del ICONTEC.

### **Primer empaque**

Para los embutidos se empleará un primer embase denominado TRIPA ARTIFICIAL, cuyas propiedades se describen a continuación:

**Ausencia de toxicidad:** “únicamente pueden ser utilizadas industrialmente o bien expedidas por el comercio, aquellos artículos de uso que no transmitan al alimento o a la superficie del mismo ninguna sustancia de su composición con excepción de fracciones, sin efectos en la salud del hombre, y que no afectan ni al aroma ni al sabor del producto y cuyo peso al alimento es técnicamente inevitable.

**Homogeneidad en el calibrado:** Las tripas artificiales tienen la gran ventaja de poder encontrarse prácticamente en todos los calibres. Entendiéndose por calibre

el diámetro del tubo o el cilindro de la tripa, siempre tiene una dimensión aproximada que cada fabricante fija de distinta manera porque hasta el momento, no existe al respecto ninguna norma de validez general. Los calibres de las tripas de embutidos para pelar y los de las tripas comestibles se clasifican milímetro a milímetro; en tanto que para las tripas se establece de dos en dos milímetros. Por lo general los calibres de medio y ancho van de cinco en cinco milímetros, aunque también se presentan con oscilaciones de diez y veinte milímetros.

**Resistencia mecánica:** Las tripas artificiales tienen una resistencia notablemente superior a las tripas naturales. La industria elaboradora estandariza normas de ensayo para determinar su resistencia mecánica y su capacidad de esfuerzo o carga. El examen o análisis se lleva a cabo por varios métodos, según los cuales los valores de resistencia mecánica se determinan mediante la comprobación de la resistencia a desgarros; ya sea en el momento del análisis o posterior a él “primarios o tardíos o también de la longitud de roturas cuando estas se producen”.

**Permeabilidad a los gases y al vapor de agua:** La permeabilidad al vapor de agua y gases y principalmente al oxígeno, tiene una gran importancia en la fabricación de embutidos, si la tripa es muy permeable al oxígeno se producen con cierta rapidez procesos oxidativos en la superficie de la pasta. Estos provocan auto-oxidación de la grasa y transforman la nitrosomioglobina (pigmento de la carne curada) en metaloglobina. Con esta última transformación, el producto adquiere una apariencia gris y parda. La permeabilidad de las tripas artificiales al vapor de agua está muy relacionada con el secado del embutido y sus mermas. Para evitar esto en embutidos escaldados y cocidos se empleará tripa impermeable a vapor de agua; por el contrario los embutidos crudos se deben embutir en tripa permeable a gases y vapor de agua para que la pasta ligue, ofrezca resistencia al corte, seque bien y pueda ahumarse en aquellos casos que se trabaje con esta técnica.

**Permeabilidad de la luz:** los embutidos son más o menos permeables a la luz, debido a su composición y estructura. En general, las envolturas artificiales no coloreadas solo interceptan un 10% de la fracción de la luz que tiene actividad fotoquímica sobre la carne. En las envolturas transparentes la permeabilidad a la zona de luz (campo correspondiente a los rayos ultravioletas) responsables de la oxidación de las grasas del embutido, es igualmente alto.

Los fabricantes de embutidos embasan cada vez más con tripas poco permeables a la luz y como consecuencia, se usan cada vez más las tripas teñidas. Por otra parte, la moda de envolver los productos alimenticios en embases de colores atractivos, ha llegado a los embutidos y por esta causa cada vez es mayor el número de tripas artificiales de colores muy marcados. Lo más corrientes son: blancos, cremas, amarillos, naranjas, rojos, pardos negros, plata y oro.

**Caracteres térmicos:** esta propiedad de algunas tripas artificiales es aprovechada en la fabricación de algunas clases de elaborados, como los embutidos cocidos y escaldados, que requieren un tratamiento culinario para su acabado.

**Estabilidad frente a los aceites y grasas:** las grasas no deben provocar modificaciones ni en la tripa artificial ni en el estampado que esta lleva impreso; aquellos deben permanecer estables en presencia de estas.

**Contratibilidad:** para evitar la aparición de pliegues o arrugas, las tripas artificiales con que se embasan embutidos crudos se deben contraer al igual que la pasta se contrae en el proceso de maduración del embutido. En embutidos escaldados y cocidos durante el proceso de fabricación, la pasta sufre un aumento de volumen al aumentar su temperatura. Cuando el embutido se enfría la pasta se contrae y si la tripa no se encoge aparecen unos pliegues.

Actitud al pelado, desprendido o arrancado del producto: las modernas tripas artificiales van provistas de impregnaciones especiales o revestimientos de su

cara interna; de esta manera su adherencia a la pasta es óptima, que fácilmente se desprende de la superficie de la pasta del embutido.

## **Segundo Empaque**

Con pliegues de material plástico: se utilizan hojas en forma de pliegues que el empaquetador adquiere o que confecciona por sí mismo a partir de los rollos correspondientes, los extremos pueden cerrarse retorciéndolos; no vuelven a abrirse, pues los plásticos empleados poseen gran capacidad de auto adhesión o escaso poder de recuperación de la forma anterior.

Con bolsas prefabricadas: se usan bolsas de las formas más diversas (lanas, con pliegues laterales, con fondo, etc.). El embutido se introduce en ellos y la abertura se cierra retorciéndolo o con tripas plásticas o con cartón reforzado con hilos metálicos.

Con hojas contráctiles: los embutidos se envuelven en plásticos duros de PVC que se sueldan a continuación para cerrarlos.

### **EMPAQUE PARA SALCHICHA:**

Para la salchicha se empleará un embase denominado tripa artificial cuyos calibres (diámetro de la tripa) son muy diversos aunque el normal para este tipo es de 20 y 22 m. m, es necesario utilizar este embase tanto por sus propiedades como para dar una mayor presentación al producto. Para la salchicha se empleará una segunda envoltura o empaque de polímero mixto, necesario para su conservación, presentación, manipulación y una mejor visualización del producto, en cuyo contenido varían los gramos de salchicha de 200 a 1000 gr.

### **EMPAQUE PARA CHORIZO**

Para el chorizo se empleará un primer empaque de tripa natural; aunque no se descarta la utilización de tripa artificial. La utilización del embase natural es necesaria debido a la composición del producto, sus calibres no son homogéneos, es decir, que dependen del tamaño del intestino delgado de cerdo, sin embargo

su diámetro aproximadamente varía entre 30 y 40 mm. El segundo empaque se utiliza para la venta en supermercados y otros sitios.

### **Composición de materias primas e insumos**

#### **Para producir un kilogramo de salchicha, en materia de carnes, se necesita:**

650 grms de carne de cuy

200 grms de carne de cerdo

150 grms de grasa de cerdo

Además, un kilo de salchicha contiene en total 249.5grms de insumos:

2 grms de Pimienta blanca

20 grms de sal

0.49 grms de nuez moscada

3 grms de fosfato plasmal

1 grm de ajo en polvo

3 grms de color

20 grms de harina

200 grms de hielo

#### **Para producir un kilogramo de chorizo, en materia de carnes se necesita:**

550 grms de carne de cuy

300 grms de carne de cerdo

150 grms de grasa de cerdo

Además contiene en total 82.2 grms de insumos:

0.49 grms de ajo en polvo

30 grms de sal

24.9 grms de cebolla

5 grms de azúcar

20 grms de pimienta dulce

0.3 grms de clavo de olor

0.5 grms de nuez moscada

1 grms de orégano



## **Descripción del proceso de producción**

En la producción de salchicha y chorizo se llevan a cabo los procesos de: recepción y almacenamiento de la materia prima, selección, clasificación de materia prima, deshuesado, curado, premezcla, preparación de la pasta, embutido, porcionado y retorcido, proceso térmico (secado, cocción, ahumado, escaldado), enfriamiento y escurrimiento, empacar, conservación y comercialización.

### **Proceso de faenado**

En la asociación se cuidara todo el proceso para que cumpla todos los requerimientos para cumplir normas y estándares tanto internos como externos para ello el faenamiento de cuyes debe llevarse a cabo por personal entrenado; los encargados estarán muy adiestrados en la labor y deberán gozar de una buena salud. Es conveniente que estén equipados higiénicamente, con mandiles, botas y guantes apropiados para esta labor para evitar cualquier tipo de contaminación al producto.

El área para matanza también debería ser muy limpia y fácil de limpiar (balsosa cerámica).

El piso debe ser antideslizante para evitar accidentes industriales, además el piso debe ser fácil de lava y de desinfectar. Así mismo la mesas, charolas, lavabos, y demás utensilios deben estar limpios y desinfectados cada vez que se inicia un lote de faenamiento. Para las operaciones del sacrificio se necesitara de la siguiente maquinaria.

- Aturdidor eléctrico para cuyes
- Máquina peladora de cuyes
- Refrigerador/congelador
- Balanza
- Recipientes metálicos antioxidantes

- Bandejas metálicas antioxidantes
- Maquina empacadora al vacio manual
- Fundas estériles para el empackado al vacio

### **Estándares Típicos para la Exportación**

- **Peso cuy vivo:** 1.400 gramos
- **Edad:** 3 meses
- **Sexo:** Machos o Hembras descartadas para reproducción
- **Color:** Pelajes claros (colorado, blanco, bayo y combinaciones) con orejas claras o del color del manto.
- **Sanidad:** libre de enfermedades infecciosas y parasitarias.
- **Externas:** Sin lesiones en la piel (cortes y heridas).

### **Procedimiento de faenado.**

Los cuyes para el faenamamiento son de 1.000 a 1.400 gramos, de 10 semanas de edad, deben ser criados técnicamente, con un control en las etapas de crecimiento, engorde, sin enfermedades, como tampoco la presencia de parásitos, por lo tanto los cuyes deben ser una excelente calidad y sobre todo que reúnan estos parámetros.

La estandarización en el manejo, alimentación y producción, es un factor importante en el momento de faenar los cuyes.

Los cuyes para el faenamamiento deben tener 12 horas de ayuno, pues la presencia de excretas en el intestino puede contaminar en el momento de pelado.

A continuación se detalla el siguiente flujo grama del proceso del faenamamiento del cuy:

## PROCESO DE FAENAMIENTO DEL CUY



**FUENTE:** Nelson Haro – Universidad Central – Quito  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

## CARTA DE PROCESO PRODUCTIVO DE LOS EMBUTIDOS PRODUCCION DE SALCHICHA Y CHORIZO

Empresa: _____	Departamento: _____	Producto: _____
Nombre del proceso: _____		Hecho por: _____
Inicia en: <u>Almacén de M.P.</u>	Termina en: <u>Bodega de producto terminado</u>	
No. diagrama: _____	Frecuencia: _____	Fecha: _____

DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO	Operación	Material	Equipo	Distancia	Almacenamiento	Distancia	Cantidad	Tiempo	Temperatura
Almacenaje de M. P. (Carnes)	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				-18°C
Transporte de M. P.	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	9 m			
Picado de M. P.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Pesado de M. P.	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Almacenaje de M. P. preparada	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				-18°C
Almacenaje de aditivos y especias	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				14°C
Pesado de aditivos y especias	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Almacenaje de aditivos preparados	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				14°C
Transporte de ingredientes	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	8.6m			
Transporte de M. P. preparada	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	8.6m			
Mezclado y emulsionado	<input checked="" type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Embutido	<input checked="" type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Secado	<input checked="" type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Transporte	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	4m			
Cocido	<input checked="" type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Transporte	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	5m			
Enfriado	<input checked="" type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Transporte	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	9m			
Empaque	<input checked="" type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
Bodegaje de producto terminado	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				0°C



En el caso de los embutidos que necesitan corte para ser empacados, se envía a una maquina rebañadora y posteriormente se realiza el proceso de empaque, lo cual dependerá de la presentación.

## **Distribución de la planta**

A continuación se presenta el plano de la procesadora de carnes “sr Cuy” y sus especificaciones correspondientes:

- Laboratorio de control de calidad
- Cuarto de maduración y secado
- Empaque
- Cuarto de elaboración
- Cuarto de calderas y calentamiento de aguas
- Sanitarios
- Cuarto de herramientas y repuestos
- Vestidores
- Sala de procesamiento
- Cerramiento en malla.

La planta se ubicará en un terreno de aproximadamente 1000 m<sup>2</sup> con un área construida de 700 m<sup>2</sup>.

La distribución de la maquinaria y equipo para los diferentes procesos así como el área de oficinas, laboratorio, cuartos fríos y almacenamiento pueden apreciarse el gráfico anterior.

Las zonas de oficinas tienen un área construida de 70 m<sup>2</sup>, considerándolas suficientes para albergar al personal administrativo de la planta.

El área destinada a producción comprende la distribución racional de la maquinaria y equipo, como los molinos, los cutter, la embutidora, los hornos y la empacadora. Además contempla: laboratorio de análisis, cuartos fríos para almacenaje de productos terminados, áreas de almacenaje de empaques e insumos para el manejo del producto.

Externamente se considera la zona destinada al movimiento del producto como son el cargue y descargue de materia prima y producto terminado con un área de 300 m<sup>2</sup>, así como la localización de básculas para el pesaje de la carne que entra a la planta.

El área destinada para la atención al cliente equivale a 48 m<sup>2</sup>.

Requerimientos para el funcionamiento de la procesadora de carnes “Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy”

**Requerimiento de Mano de Obra:** en la operación de la nueva empresa intervendrán 7 personas calificadas en producción, administración y ventas. En el estudio financiero se presentará el detalle del personal necesario así como su costo mensual, anual y prestaciones sociales.

La mano de obra directa la constituyen 6 operarios los cuales recibirán entrenamiento sobre el funcionamiento de las máquinas y métodos de producción.

La mano de obra indirecta la integran 3 personas de las secciones de producción, administración y ventas.

**Requerimiento de Insumos:** a los embutidos debe adicionársele condimentos y demás curantes para una mejor conservación del producto.

**Requerimiento de Empaque:** para embutir la carne procesada se requiere de empaques que pueden ser de fibra artificial o natural, cuyas dimensiones dependen de la clase de embutido.

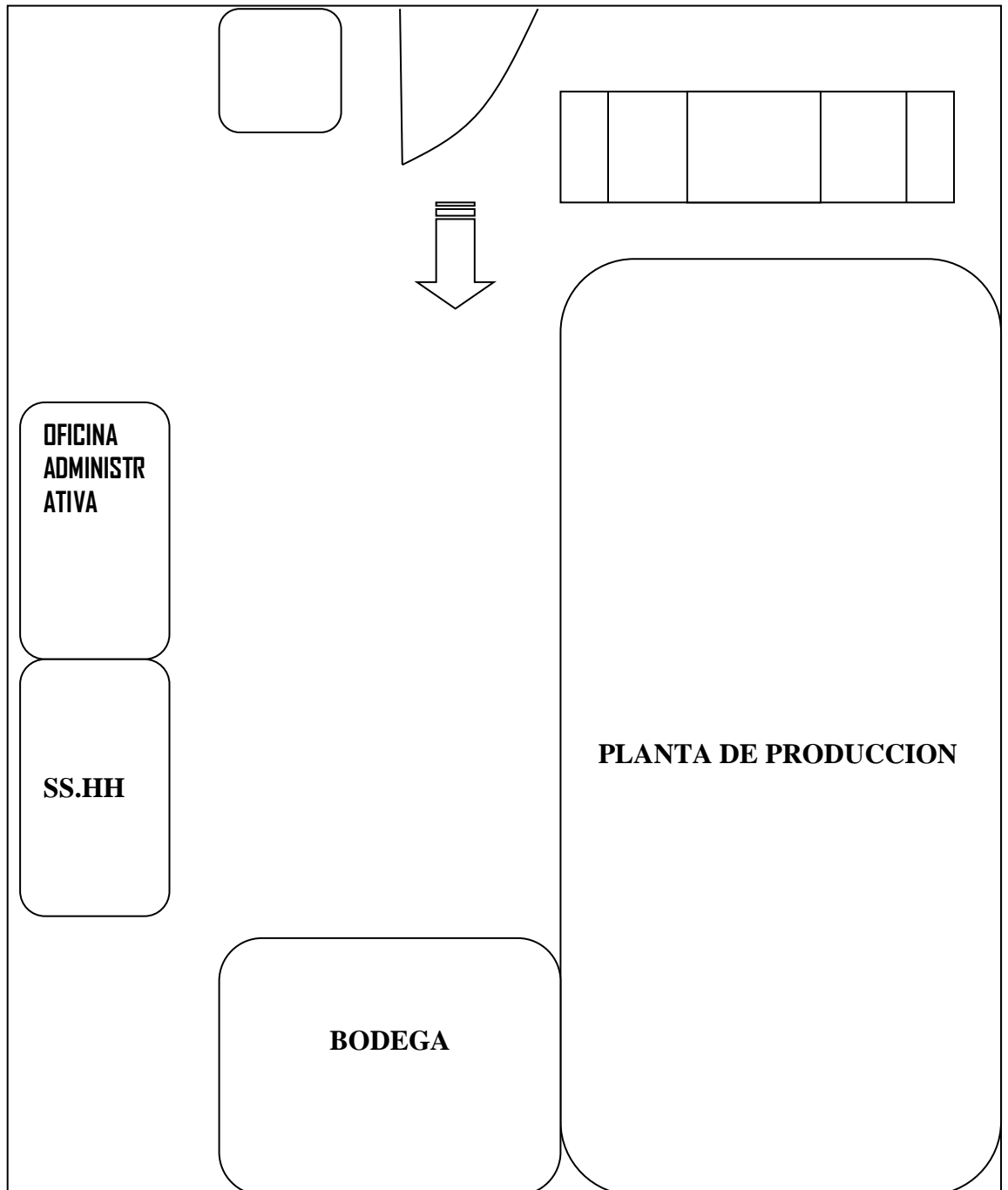
### **Requerimiento de Servicios**

**AGUA:** dadas las características del proyecto a realizar se requiere de agua potable en cantidades suficientes que permitan mantener un saneamiento adecuado, y un normal funcionamiento de la planta.

**ENERGIA:** este servicio es indispensable dado el carácter automático de la maquinaria requerido para esta industria, por lo tanto el fluido normal es indispensable para evitar problemas en el proceso productivo.

**TELEFONO:** es necesario contar con este servicio para atender domicilios y para realizar contactos comerciales.

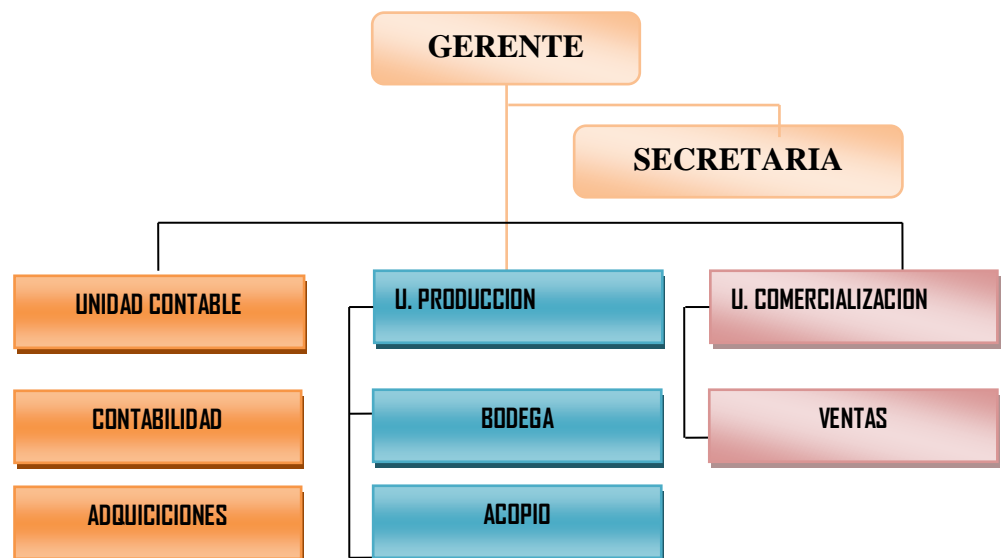
## Distribución en planta



## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Dentro de la organización de la empresa se propone la siguiente estructura administrativa no solamente para lo que es la producción y comercialización de embutidos de cuy, sino para la Corporación Cuyícola Chimborazo Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy, la misma que deberá ajustar todas sus actividades al organigrama propuesto, que no es otra cosa que una organización de lo existente.

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PROPUESTA SOCIEDAD FAMILIAR LÓPEZ ALTAMIRANO



**FUENTE:** Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy

**ELABORADO POR :** Las Autoras



## **FUNCIONES**

### **Gerente**

Dentro de las funciones del gerente tendremos las siguientes:

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

### **Secretaria**

Debe ser una persona en la que se tenga plena confianza, y que cumpla con las siguientes características:

- Excelente redacción y ortografía.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Persona proactiva, y organizada
- Facilidad para interactuar en grupos.
- Dominio de Windows, Microsoft Office, Star Office, e Internet.
- Brindar apoyo a todas las unidades.
- Desempeñarse eficientemente en cualquier Área Administrativa.
- Conocimientos en el área de logística, Créditos, Cobranzas y Atención al Cliente.
- Aptitudes para la organización.

- Buenas relaciones interpersonales.
- Dinámica y entusiasta.
- Habilidades para el planeamiento, innovación, motivación, liderazgo y toma de decisiones.
- Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.

Una secretaria de gerencia debe tener las siguientes características:

Comunicación constante con los sectoristas de los distintos bancos para el seguimiento de Cartas Fianzas, Pagarés, Líneas de Crédito, Sobregiros

### **Contabilidad**

Dentro de las funciones tenemos:

- Las aperturas de los libros de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad.
- Estudios de estados financieros y sus análisis.
- Certificación de planillas para pago de impuestos.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

### **Producción**

Dentro de las funciones básicas tenemos:

- Elaborar y dirigir los planes de producción, la política de compras y logística de materias primas.
- Cooperar con el Departamento Comercial para adaptar la producción a las necesidades del cliente.
- Planificar la fabricación según las especificaciones de materiales, procesos, plazos, instalaciones.

- Coordinar y supervisar el diseño, construcción y montaje de las nuevas instalaciones productivas, así como vigilar el mantenimiento de las existentes.

## **Bodega**

Dentro de bodega se procederá llevar a cabo las siguientes funciones:

- Se debe diligenciar los formatos de entrada y salida de la fábrica.  
Entrada de fábrica: Este documento debe contener la siguiente información:  
Fecha Cantidad Unidad Código de barras Descripción del artículo Proveedor Numero de factura, Número de orden de compra Tener un control de inventario diario, Alimentación del inventario por medio de las planillas.
  
- Se realiza la recepción de productos que ingresan al almacén. Se llenan el anterior formato que certifica el recibo de la mercancía. salida Fabrica: Este documento contiene la siguiente información:  
Fecha Cantidad Unidad Código de barras Descripción del producto Cliente N° de factura N° de orden de compra Costo por unidad. Tener un control de inventario diario. Llenar el formato de salida del almacén Cada vez que se realice estas actividades se debe realizar los reportes respectivos al jefe de compras y ventas y al contador. Todos los documentos deben ser firmados por el responsable del recibo y despacho de pedidos en este caso el jefe de bodega además de tener la firma de autorización del contador

## **Acopio**

- Planificar las actividades de compra de cuyes, materiales y suministros
- Seleccionar la materia prima de calidad
- Realizar la compra oportuna y mantener los inventarios necesarios para el proceso productivo
- Llevar los libros de compra y adquisiciones

## **Ventas y Distribución**

- Coordinar las actividades de comercialización.
- Identificar a los clientes potenciales.
- Establecer canales de distribución
- Establecer estrategias de atención al cliente
- Realizar ventas al por mayor.
- Cumplir con toda las entregas y pedidos
- Elaborar el libro diario y informes de las ventas.
- Coordinar el trabajo con Gerencia.

### **3.1. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO.**

- En consideración a la maquinaria y equipo es viable la puesta en marcha del presente proyecto,
- La experiencia de la Corporación Sr. Cuy en cuanto al manejo, sacrificio y transformación en embutidos es muy buena.
- La estructura administrativa que se propone es muy flexible y nada complicada que permitirá a la organización realizar con éxito sus actividades.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. Proceso de Exportación**

#### **4.1. Procedimiento para exportar desde el Ecuador**

##### **Análisis de la Normativa Legal Nacional e Internacional**

La base legal necesaria para realizar la exportación de la carne de cuy en embutidos, desde nuestro país a España, manifiesta que al momento de realizar la exportación, se lo debe realizar de forma legal, es decir cumpliendo los requisitos establecidos por la ley, en este caso el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión (COPCI), también estaría inmerso lo dispuesto por la Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy en lo referente a la calidad alimenticia del producto, de tal forma que si no se cumple con algún requerimiento, no se puede exportar, limitando la actividad y por ende restringe la capacidad de generar ingresos y un análisis de los requerimientos y requisitos exigidos por los dos países involucrados nos dejan ver que es necesario el cumplimiento con las regulaciones derivadas por las diferentes leyes ecuatorianas, se tiene la predisposición de ingresar a España cumpliendo a cabalidad de la misma forma las normas y reglamentaciones aduaneras, así como también lo dispuesto en leyes referente a productos de consumo humano, como son los factores sanitarios.

Siendo necesario cumplir con esta normativa de modo de que ellas no sean un talón de Aquiles al momento de realizar la exportación desde Ecuador a España.

##### **1.- Análisis de la Normativa Legal Nacional**

Pueden exportar todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país, que

estén debidamente registrada y autorizadas por el Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador (SENAE).

### **Requisitos para ser Exportador**

Para ser exportador en el Ecuador es necesario estar registrado en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

### **Registro del Exportador ante La SENAE**

Para registrarse como exportador ante la Corporación Aduanera Ecuatoriana debe realizar lo siguiente:

- a) Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- b) Registrarse en la página Web de la SENAE, ingresando a [www.aduana.gov.ec](http://www.aduana.gov.ec), al link OCE's (Operador de Comercio Exterior), sistema ECUAPASS.

Una vez que realizado el registro, se otorga al exportador una clave con la que podrá acceder a los servicios del Sistema ECUAPASS, el mismo es una herramienta que le permitirá al exportador realizar la declaración electrónica para la exportación y dar seguimiento a sus trámites.

Para este tipo de régimen existe la posibilidad de que sea el exportador mismo quien realice el trámite con la contratar de los servicios de un Agente Afianzado de Aduanas autorizado por la SENAE.

Luego de este proceso la persona natural o jurídica está apta para realizar exportaciones, pero es necesario verificar si el producto, por su naturaleza, exige documentos de control previo (restricciones), o si está sujeto a cuotas de exportación.

## 4.2. Requisitos de exportación del producto

### Normas Técnicas y Normas de Calidad

### Reglamentaciones de Carácter Sanitario

Son medidas sanitarias destinadas a proteger la salud pública.

### CERTIFICADOS SANITARIOS

<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Ministerio de Salud Pública MSP</b></li><li>• <b>Instituto Iuzquieta Pérez. I NH</b></li></ul>	Certificado sanitario: para exportar productos del mar y fresco para la Comunidad Económica Europea.
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Ministerio De Agricultura, Ganadería, acuicultura y Pesca MAGAP.</b></li><li>• <b>Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro. AGROCALIDAD</b></li></ul>	Documento que certifica las condiciones del producto considerando tipo de producto, calidad, cantidad, presentación y trato que se le ha dado al producto desde su origen hasta la puesta en el mercado.

Elaborado por : Las Autoras

**Procesos que se deben cumplir en el MSP.**



Los pasos a seguir para realizar el trámite de obtención de Registro Sanitario de Alimentos son los siguientes:

- La base legal que se encuentra en el LEY ORGÁNICA DE LA SALUD (Artículo 100, Título IV, Libro II), REGLAMENTO DE ALIMENTOS.- R.O. 388 del 18 de febrero de 2011 (Capítulos I y II, Título IV).

### **Para Inscripción de Productos Nacionales**

Para la inscripción del producto hay que presentar la siguiente documentación:

1. SOLICITUD dirigida al Director General de Salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario.
2. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: Actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud (Dirección Provincial de Salud de la jurisdicción en la que se encuentra ubicada la fábrica); (Original a ser devuelto y una copia).
3. CERTIFICACIÓN OTORGADA POR LA AUTORIDAD DE SALUD COMPETENTE de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para fabricar el producto. (Original a ser devuelto y una copia); (Corresponde al acta que levanta la Autoridad de Salud una vez que realiza la inspección del establecimiento).
4. INFORMACIÓN TÉCNICA RELACIONADA CON EL PROCESO DE ELABORACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO UTILIZADO.
5. FORMULA CUALI-CUANTITATIVA: Incluyendo aditivos, en orden decreciente de las proporciones usadas (en porcentaje referido a 100 g. ó 100 ml.). Original.

6. CERTIFICADO DE ANÁLISIS DE CONTROL DE CALIDAD DEL PRODUCTO: Con firma del Técnico Responsable. Original. (Obtenido en cualquier Laboratorio de Control de Alimentos, incluidos los Laboratorios de Control de Calidad del Instituto de Higiene "Leopoldo Izquieta Pérez").
7. ESPECIFICACIONES QUÍMICAS DEL MATERIAL UTILIZADO EN LA MANUFACTURA DEL ENVASE. (Otorgado por el fabricante o proveedor de los envases). Con firma del Técnico Responsable. Original.
8. PROYECTO DE ROTULO A UTILIZAR POR CUADRUPLICADO: Dos Originales.
9. INTERPRETACIÓN DEL CÓDIGO DE LOTE: Con firma del Técnico Responsable. LOTE: Una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones esencialmente iguales.  
  
CÓDIGO DE LOTE: Modo Simbólico (letras o números, letras y números) acordado por el fabricante para identificar un lote, puede relacionarse con la fecha de elaboración.
10. PAGO DE LA TASA POR EL ANÁLISIS DE CONTROL DE CALIDAD, PREVIO A LA EMISIÓN DEL REGISTRO SANITARIO: Cheque certificado a nombre del Instituto de Higiene y Malaria Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" por el valor fijado en el respectivo Reglamento.
11. DOCUMENTOS QUE PRUEBEN LA CONSTITUCIÓN, EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA ENTIDAD SOLICITANTE, cuando se trate de persona jurídica. Original.

12.TRES (3) MUESTRAS DEL PRODUCTO EMPACADO EN SU PRESENTACIÓN FINAL Y PERTENECIENTES AL MISMO, LOTE. (Para presentaciones grandes, como por ejemplo: sacos de harina, de azúcar, jamones, etc., se aceptan muestras de 500 gramos cada una, pero en envase de la misma naturaleza).

### Diagrama del proceso de inscripción de productos nacionales

Se detalla en un diagrama el proceso para la inscripción de los productos nacionales, como es el caso de la carne de cuy hay que cumplir los siguientes pasos:



Elaborado por las: Autoras

## **Reinscripción de Productos Nacionales y Extranjeros**

Para la reinscripción de productos, tanto nacionales como extranjeros además de los documentos señalados anteriormente adjuntar, original del registro sanitario o copia certificada, pago de la tasa anual de mantenimiento del registro sanitario y etiquetas originales.

### **Instructivo General**

1. Los datos de la solicitud deben concordar con los de los rótulos o etiquetas y con los documentos adjuntos.
2. El rótulo o etiqueta de los productos que solicitan inscripción puede o no estar impresa (pero deben presentar facsímil).
3. El rótulo o etiqueta llevará los siguientes datos, (Norma Técnica INEN 1334):
  - a) Nombre del producto
  - b) Marca Comercial
  - c) Identificación del lote
  - d) Razón Social de la Empresa
  - e) Contenido Neto en unidades del Sistema Internacional
  - f) Indicar si se trata de un alimento artificial
  - g) Número de Registro Sanitario
  - h) Fecha de elaboración
  - i) Tiempo máximo de consumo
  - j) Lista de Ingredientes
  - k) Forma de conservación
  - l) Precio de venta al público, P.V.P. m. Ciudad y país de origen

4. Cuando un producto alimenticio durante el trámite para la inscripción o reinscripción en el Registro Sanitario fuere objetado, el fabricante deberá hacer una reconsideración en un lapso no mayor de tres meses, debiendo dar cumplimiento a las observaciones emitidas en el informe de objeción.
5. En caso de productos rechazados por análisis, el fabricante deberá remitir nuevas muestras, adjuntando el valor de la tasa correspondiente.
6. El Registro Sanitario tendrá una vigencia de siete (7) años, contados a partir de la fecha de su expedición. Vencida la vigencia podrá renovarse por períodos iguales en los términos establecidos en el Código de la Salud y en el Reglamento de Alimentos.
7. Los alimentos registrados para mantener la vigencia de sus registros deberán pagar anualmente la tasa fijada para tal objeto. El pago deberá efectuarse hasta el 31 de marzo de cada año.
8. La persona responsable de todo alimento inscrito en el Registro Sanitario que lo retire del mercado deberá comunicar a la Dirección General de Salud.
9. No se permitirá la comercialización de un producto alimenticio con la leyenda "REGISTRO SANITARIO EN TRAMITE".

### **Dirección y Ubicación**

La documentación y muestras deben ser presentadas en El INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE "LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ".

- INSTITUTO DE HIGIENE-QUITO: Iquique 2045 y Yaguachi.-  
Teléfonos: (593-2) 568041-565858 Fax: (593-2) 552715.

- INSTITUTO DE HIGIENE-GUAYAQUIL: Julián Coronel 905 y Esmeraldas.- Teléfono: (593-4) 281540 Fax: (593-4) 293189.

Además respondiendo siempre a las exigencias de los consumidores, el producto “embutidos de cuy” debe llegar al mercado con un minucioso control de calidad en todas las etapas del proceso. La carne de cuy al llegar al mercado debe llegar en perfecto estado por lo que no debe presentar ningún tipo de maltrato o daño.

#### **4.3. Medidas arancelarias**

##### **Requisitos de exportación del producto**

##### **Análisis de la Normativa Legal nacional e Internacional**

La base legal necesaria para realizar la exportación de la carne de cuy en embutidos , desde nuestro país a España, manifiesta que al momento de realizar la exportación, se lo debe realizar de forma legal, es decir cumpliendo los requisitos establecidos por la ley, en este caso el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión (COPCI), también estaría inmerso lo dispuesto por AGROCALIDAD en lo referente a la calidad alimenticia del producto, de tal forma que si no se cumple con algún requerimiento, no se puede exportar, limitando la actividad y por ende restringe la capacidad de generar ingresos y un análisis de los requerimientos y requisitos exigidos por los dos países involucrados nos dejan ver que es necesario el cumplimiento con las regulaciones derivadas por las diferentes leyes ecuatorianas, se tiene la predisposición de ingresar a España cumpliendo a cabalidad de la misma forma las normas y reglamentaciones aduaneras, así como también lo dispuesto en leyes referente a productos de consumo humano, como son los factores sanitarios.

Siendo necesario cumplir con esta normativa de modo de que ellas no sean un talón de Aquiles al momento de realizar la exportación desde Ecuador a España.

### **Análisis de la Normativa Legal Nacional**

Pueden exportar todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país, que estén debidamente registrada y autorizadas por el Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador (SENAE).

### **Requisitos para ser Exportador**

Para ser exportador en el Ecuador es necesario estar registrado en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

### **Registro del Exportador ante La SENAE**

Para registrarse como exportador ante la Corporación Aduanera Ecuatoriana debe realizar lo siguiente:

- c) Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- d) Registrarse en la página Web de la SENAE, ingresando a [www.aduana.gov.ec](http://www.aduana.gov.ec), al link OCE's (Operador de Comercio Exterior), sistema ECUAPASS.

Una vez que realizado el registro, se otorga al exportador una clave con la que podrá acceder a los servicios del Sistema ECUAPASS, el mismo es una herramienta que le permitirá al exportador realizar la declaración electrónica para la exportación y dar seguimiento a sus trámites.

Para este tipo de régimen existe la posibilidad de que sea el exportador mismo quien realice el trámite con la contratar de los servicios de un Agente Afianzado de Aduanas autorizado por la SENA E.

Luego de este proceso la persona natural o jurídica está apta para realizar exportaciones, pero es necesario verificar si el producto, por su naturaleza, exige documentos de control previo (restricciones), o si está sujeto a cuotas de exportación.

#### **4.6. Logística para la exportación**

##### **Descripción del Proceso de Exportación**

Para comprender de mejor manera el proceso de exportación se tomará en cuenta la Resolución No. 707, de fecha 23 de Junio de 2008, emitida por el SENA E, que específicamente señala y emite el “**PROCEDIMIENTO PARA MERCANCIAS EXPORTADAS A CONSUMO POR VIA AEREA DE PRODUCTOS PERECIBLES EN ESTADO FRESCO**”, sobre el cual se realiza el siguiente resumen:

Conceptualizamos a la Orden de Embarque como el documento por el cual el Exportador directamente o a través del Agente Afianzado de Aduana, proporciona la SENA E la información preliminar de las mercancía a ser exportadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto, “Orden de Embarque”, la cual contiene información del declarante y de las mercancías. Esto no incluye los datos del manifiesto de carga, documentos de transporte y consignatarios.

Las cantidades expresadas en unidades físicas y comerciales que se indiquen en la Orden de Embarque son provisionales cuando las mercancías sean destinadas al régimen de Exportación a Consumo, por lo que al momento de



presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación definitiva (Régimen 40), se registrará las cantidades reales que hayan sido exportadas, pudiendo superar la cantidad originalmente previstas en la Orden de Embarque.

A fin de ejecutar una exportación, los exportadores tendrán que registrarse ante la SENA, conforme el proceso establecido para estos casos, del cual se otorgará un código de Operador de Comercio Exterior autorizado. Dicho código será usado para sus operaciones en el Sistema ECUAPASS.

La Orden de Embarque debe ser transmitida por el Exportador o por su Agente de Aduana a través del Sistema, la cual será aprobada automáticamente por el sistema asignándoles un número de registro.

Las exportaciones de perecibles en estado fresco que se efectúen por vía aérea y que se realicen dentro del mismo mes a partir de su aprobación, podrán utilizar una misma orden de embarque para el ingreso de las mercancías a Zona Primaria Aduanera para su exportación definitiva y presentar para su regularización una sola declaración aduanera de exportación. Vencido este plazo, la orden de embarque quedará sin efecto, debiendo el exportador, directamente o a través de un Agente de Aduana, transmitir una nueva Orden de Embarque. La orden de embarque amparará exportaciones de un solo exportador hacia un solo país de destino.

El Sistema ECUAPASS no aceptará órdenes de embarque sí que el exportador tuviese pendientes de presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación para regularizar dos o más órdenes de embarque, contabilizadas hasta el mes anterior a la solicitud.

Bajo ningún concepto, se podrá realizar el embarque de una mercancía, si ésta no se encuentra amparada por su respectiva orden de embarque. En caso de que la mercancía salga del país sin la Orden de Embarque, el exportador, transportista y/o el Agente de Aduanas serán sancionados por la autoridad competente,

conforme a lo dispuesto en la Codificada Ley Orgánica de Aduanas, siguiendo el procedimiento que para el efecto prevé el Código Tributario.

De comprobarse que la Orden de Embarque fue utilizada en una fecha posterior a la vigencia de la misma, el exportador será sancionado conforme lo estipula el artículo 90 literal d) de la Codificada Ley Orgánica de Aduanas que equivale al valor de \$26,28. Si al Orden de Embarque no va a ser utilizada, esta deberá ser anulada dentro del plazo vigente por el exportador o el agente de aduana.

El Agente de Aduana que haya transmitido o registrado una Orden de Embarque y que no presentare electrónica y físicamente la Declaración Aduanera Única de Exportación correspondiente, dentro del plazo establecido en la Ley, junto con los documentos de acompañamiento respectivos, ante la Unidad de Exportaciones del Distrito de salida; además de la sanción pecuniaria, será sancionado conforme a lo estipulado en el literal a) del artículo 162 del Reglamento General del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI), que dispone lo siguiente: "Suspensión de la licencia.- Son causas para la suspensión de la licencia de Agente de Aduana las siguientes:

Por incumplimiento de las obligaciones señaladas en la ley, y este reglamento y disposiciones de la SENA. La suspensión será por 60 días." Se exceptúa en los siguientes casos:

- a) Por la falta de transmisión electrónica del documento de transporte de la empresa transportista o agencia de transporte.
- b) Por la terminación de la relación comercial entre el Agente de Aduana y el exportador, verificado antes del vencimiento del plazo de presentación de la Declaración Aduanera Única.
- c) Por la falta de entrega del Exportador al Agente de Aduana, de los documentos de acompañamiento de la Declaración

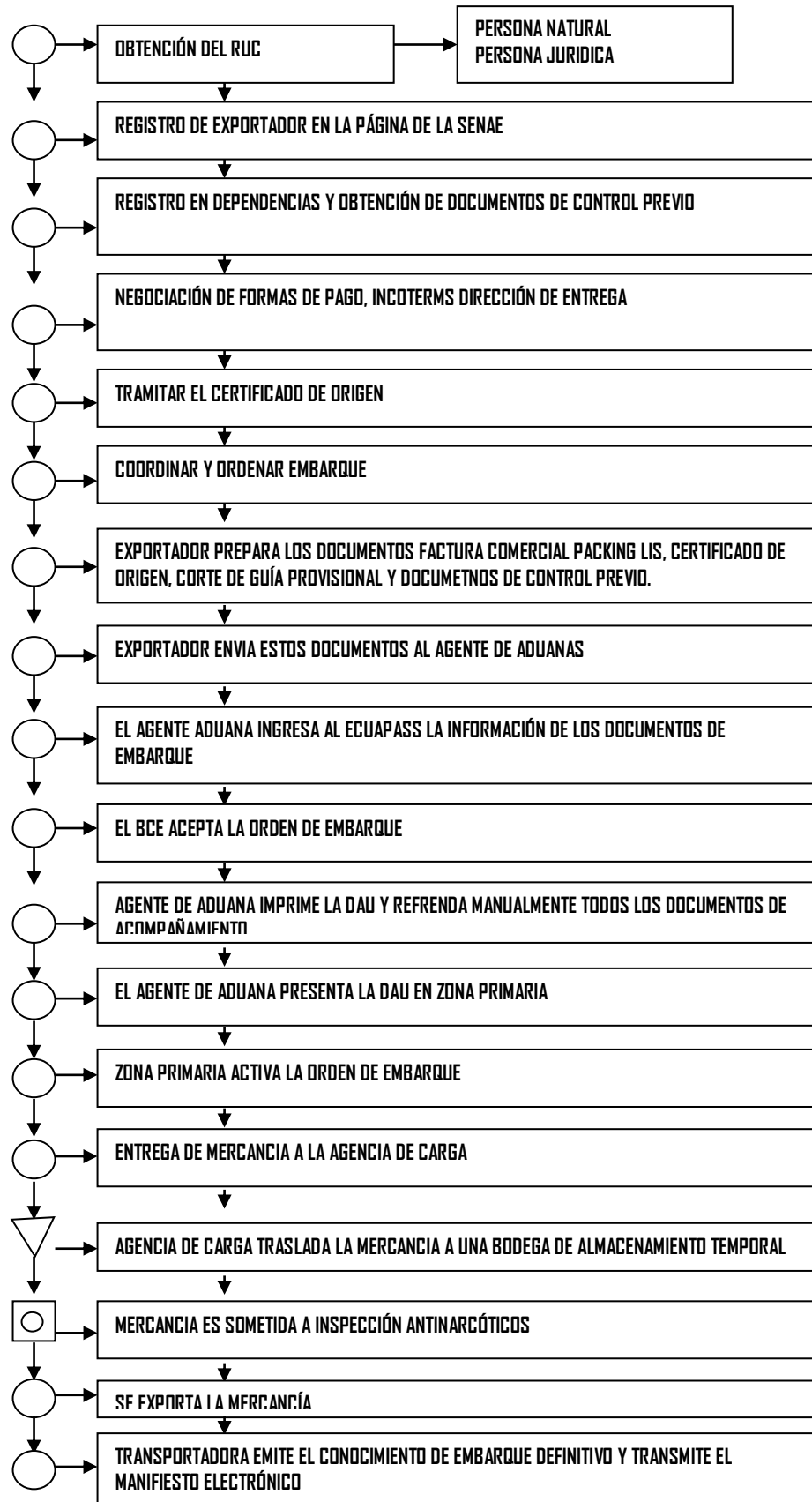
Aduanera, situación que deberá ser justificada por el Exportador. De aceptarse la justificación, la sanción será aplicada únicamente al Exportador.

Dentro del día hábil siguiente al término del plazo para la presentación de la Declaración Aduanera Única de Exportación, el Agente de Aduana deberá presentar el justificativo ante el Distrito de Aduana de salida, con las razones por las cuales no presentó la DAU; información que deberá ser comprobada por el Distrito, en el caso de existir varios consignatarios en el exterior, estos deben detallarse en un anexo adjunto a la Declaración Aduanera Única de Exportación.

Las Empresas transportistas o Agencias de Transporte están obligadas a transmitir los manifiestos de carga con todos sus documentos de transporte, en los formatos electrónicos establecidos por la Corporación Aduanera Ecuatoriana, en un plazo máximo de 48 horas posteriores al zarpe de la nave o salida del medio de transporte. En caso del incumplimiento de esta disposición la SENA E procederá a sancionarlas, conforme a lo dispuesto en el literal d) del artículo 90 de la Codificada en el COPCI.

Los funcionarios aduaneros de las áreas Administrativas de Exportaciones de los Distritos son responsables de la recepción física de las Declaraciones Aduaneras de Exportación y registro de esa recepción en el módulo del sistema de la SENA E.

## Diagrama del proceso de Exportación



## **Fase de Pre-embarque**

La Orden de Embarque, es el documento por el cual se proporciona a la SENA E la información preliminar de las mercancías a ser exportadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto.

La Orden de Embarque, la cual contiene información del declarante, régimen precedente, consignatario, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero, peso de las mercancías, entre otros datos.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la Orden de Embarque. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en su Representante Legal.

La Orden de Embarque es única y de carácter personal, consecuentemente se formula independientemente por cada exportador o Agente de Aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presenta bajo el formato determinado.

Se puede presentar la Orden de Embarque en el Distrito de salida de las mercancías.

La Orden de Embarque, incluso las operaciones que se deriven de ella, se efectúa mediante la transmisión electrónica de datos de acuerdo al formato de "Mensaje de Datos", establecido por la autoridad aduanera.

Esta orden de embarque se inicia con la transmisión y presentación del Régimen 15, que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar.

El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, en el cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales

como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema ECUAPASS, el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero (Zona Primaria) donde se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

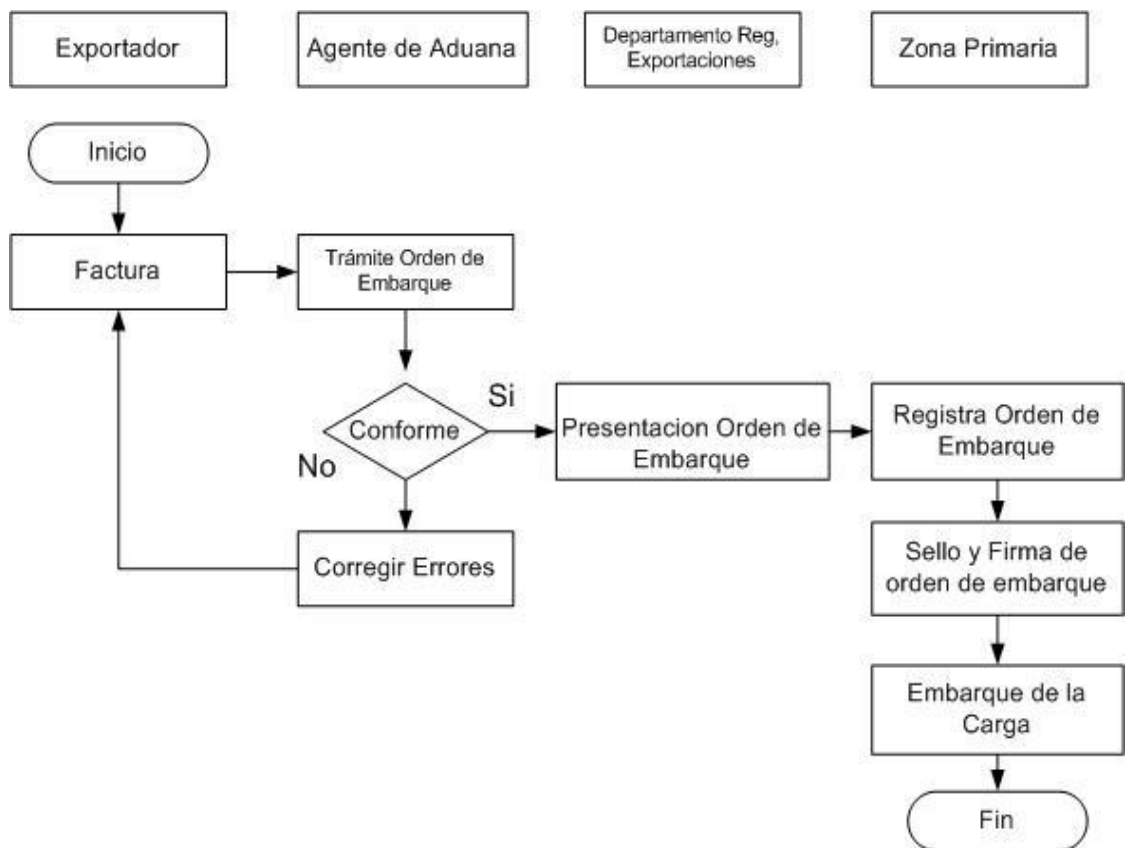
Para la presentación de la Orden de Embarque en el departamento de Zona Primaria y que la misma sea autorizada, es obligatorio se anexe la siguiente documentación:

- Factura comercial;
- Corte de guía;
- Packing list;
- Certificado de Origen cuando amerite.

Luego de aprobada la Orden de Embarque en el ECUAPASS, el exportador o su agente afianzado deberán legalizar esta exportación en el Departamento de Zona Primaria y cumplido este proceso se está autorizado para enviar la mercancía al país de destino. El siguiente paso es la entrega de la mercancía a la agencia de carga, ésta es la encargada de trasladarla a la Bodega de Almacenamiento Temporal, para posteriormente ejecutarse la inspección por parte de antinarcóticos y luego de ésta la mercancía está lista para ser embarcada.

## Flujo grama de la Fase de Pre-Embarque

GRAFICO 24



Elaborado por :Las Autoras

### Fase Post-Embarque

Para la legalización de la Declaración Aduanera Única de la Exportación a Consumo se transmite a través del ECUAPASS la declaración del Régimen 40 ya sea por parte del Exportador o el Agente de Aduanas, en el que se detallan las mercancías exportadas, el régimen al que corresponden, consignatario, medio de transporte, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero.

Esta declaración aduanera es única y de carácter personal, consecuentemente se formula independientemente por cada exportador en forma personal o a través de un Agente de Aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presenta bajo el formato determinado por la SENA, sea a través de medios electrónicos o documentales de acuerdo a la normativa que para el efecto dicte dicho servicio aduanero.

Según el Art. 46 del Reglamento General del COPCI, esta declaración se transmite en aplicación del Art. 43 de la ley, Obligatoriedad y plazo que señala, que el propietario, consignatario o consignante, en su caso, personalmente o a través de un Agente de Aduanas, presentará en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías provenientes del extranjero o con destino a él, en la que solicitará el régimen aduanero al que se someterán.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en la persona de su representante legal.

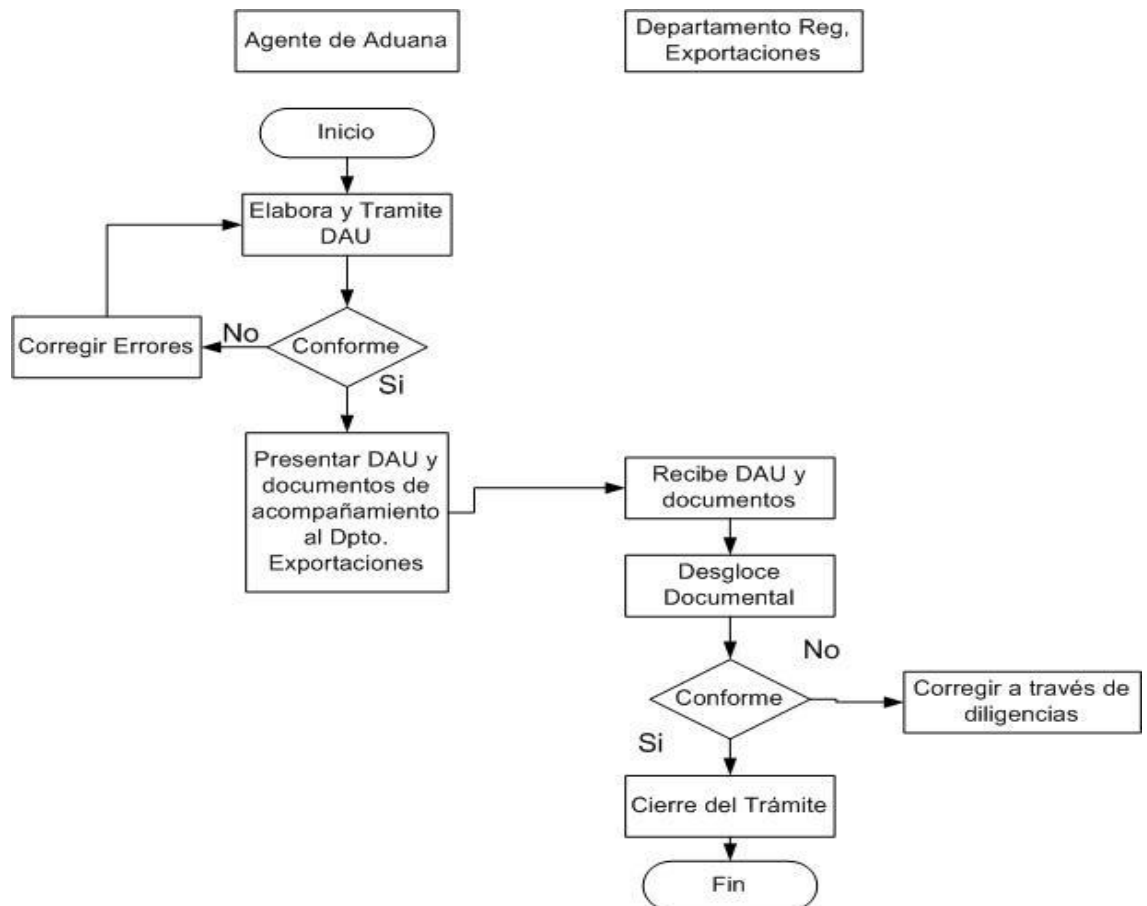
En las exportaciones, la declaración se presenta en la aduana de salida, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera.

En la importación y en la exportación a consumo, la declaración incluye la autoliquidación de los tributos correspondientes.



## Flujo grama de Fase de Post-Embarque

**GRAFICO 25**  
**Fase de Post-Embarque**



**Elaborado por :** Las Autoras

### 4.7. Documentos requeridos para ingreso de mercancías

#### Documentos de Acompañamiento

Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de exportación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto.

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la declaración aduanera, cuando estos sean exigidos.

La aplicación de la sanción que contempla el artículo 190, literal i) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, no eximirá de la presentación del documento de acompañamiento para el levante de las mercancías.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando proceda).
- Certificado de Origen. (cuando proceda)
- Documento de Transporte.
- Orden de Embarque impresa.

### **Documentos de Soporte**

Documentos de soporte: Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la declaración aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley.

Los documentos de soporte son:

- a. **Documento de transporte.-** Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda. El endoso del documento de transporte, implica el endoso de los demás

documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP.

b. **Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial.**- La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando éste sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero.

Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación. Sin embargo, las importaciones de vehículos como parte del menaje de casa requerirán la presentación obligatoria de la factura comercial.

La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera, no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente.

c. **Certificado de Origen.**- Es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de

los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios.

d. **Documentos que el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente,** considere necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, y siempre que no sean documentos de acompañamiento.

Estos documentos de soporte deberán transmitirse o presentarse junto con la Declaración Aduanera de mercancías, de acuerdo a la modalidad de despacho que corresponda y a las disposiciones que el Director General del Servicio Nacional del Ecuador dicte para el efecto.

Sin perjuicio de los documentos de soporte señalados previamente, se deberán acompañar a la Declaración Aduanera los demás documentos necesarios para la aplicación de las disposiciones que regulan el régimen aduanero declarado y los que sean mandatorios de acuerdo a las normas nacionales e internacionales a que hubiere lugar.

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador podrá solicitar al declarante, cuando lo considere necesario, la traducción de la información contenida en los documentos de soporte o de acompañamiento.

**Artículo 4.- Sanciones.-** Considérese lo señalado en literal a) del artículo 178 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en el caso de determinarse que los documentos referidos en la presente resolución se conociera o presumiera de que son documentos falsos o adulterados, a fin de proceder con las acciones legales pertinentes.

**Artículo 5.- Notificación.-** Del contenido de la presente Resolución notifíquese a las diferentes aéreas administrativas y técnicas del Servicio Nacional de Aduana

del Ecuador. Encárguese a la Dirección General de Secretaría General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador el formalizar las diligencias necesarias para la publicación de la presente en el Registro Oficial para su difusión.

**Artículo 6.- Vigencia.-** La presente resolución subsistirá hasta que el Reglamento al Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones entre en vigencia.

La presente entrará en vigencia a partir de su suscripción sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

### **Factura comercial**

Este documento es emitido por el exportador a la orden del importador / comprador como constancia de la venta realizada. Donde se detallan todas las mercancías vendidas, así como la información sobre la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor, nombre y dirección del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidades, peso, modalidades del embarque, precio, especificando el tipo de moneda, condiciones de venta en general, lugar y fecha de expedición, además de requerimientos adicionales exigidos por el comprador (Ver anexo).

Este documento debe ser lo más detallado posible y estar claramente redactado y contener la siguiente información:

- Cantidad de unidades que se están facturando
- Condición de venta,
- Debe ser un documento original expedido por el vendedor o proveedor de la mercancía, no debe presentar borrones, enmendaduras o adulteraciones.
- Deberá expresar el precio efectivamente pagado o por pagar directamente al vendedor y deberá ser expedida por el vendedor o

proveedor de la mercancía, con las condiciones de entrega Incoterms (FOB, EXW, FCA, FAS, CFR, CIF., etc.).

- Fecha y lugar de emisión
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.
- Forma y plazos de pagos,
- La unidad de medida
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Marca,
- Medio de transporte
- Moneda de venta,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Peso bruto y neto,
- Precio unitario y total de venta

### **Lista de contenido (Parking List)**

El packinglist o Lista de contenido, completa la información descrita en la factura comercial, en cuanto a la mercancía, y debe ser siempre emitido por el exportador.

Es un documento que tiene una gran importancia en aquellas situaciones donde se produzca un despacho aduanero físico y sirve para facilitar el reconocimiento selectivo por parte del "actuário" de aduanas.

Asimismo, se hace servir para comprobar, en el momento de entrar la mercancía en el almacén, la corrección en cuanto a faltas, daños, sobras, etc.

Debe contener:

- Indicación de la factura a la que corresponde.
- Fecha, nombre y razón social del vendedor y comprador.

- Cantidad, denominación precisa y tipo de embalaje de la mercancía, con identificación de marcas.
- Numeración del tipo de embalaje y el contenido de cada uno de ellos.
- Peso bruto y neto y cubicación.

## **Documentos de Transporte**

Son los correspondientes a las diferentes modalidades de transporte utilizadas en el comercio internacional.

### **Transporte terrestre**

El documento principal es la carta de porte por carretera, que constituye al mismo tiempo, recibo de mercancía por parte del transportista y prueba del contrato de transporte.

### **Transporte aéreo**

El conocimiento de embarque aéreo, conocido en su denominación inglesa como «Air Waybill (AWB)», es el documento utilizado en el transporte aéreo. Constituye el contrato de transporte por parte de la compañía aérea, y prueba del contrato de transporte.

### **Pólizas de Seguros**

La finalidad de este seguro de transporte de carga, no es otra que la de cubrir las mercancías contra los diversos riesgos que se puedan presentar de un lugar a otro. Esto puede ser durante determinados periodos de tiempo y bajo determinadas circunstancias, relacionados con el hecho de transportar las mercancías.

El seguro de transporte de carga le cubre la mercancía transportada en cualquier parte del mundo, pues los bienes siempre están expuestos a sufrir daños a consecuencia de un accidente o imprevisto. La cobertura puede iniciar desde que los bienes salen del almacén del proveedor hasta su destino final, ya sea por tierra, mar o aire.

Las principales modalidades del seguro de transporte de carga.

De acuerdo al ambiente en que se desenvuelven tenemos las siguientes modalidades:

**Marítimo:** comprende el aseguramiento de buques y material relacionado con la navegación y el de las mercancías.

**Terrestre:** el transporte efectuado por ferrocarril o por camión; aquí también hay que distinguir el medio, el vehículo y las mercancías.

**Fluvial y lacustre:** el aseguramiento de buques y cargamentos en ríos y lagos.

**Aéreo:** seguros a las aeronaves y a las mercancías transportadas

### **La Póliza.**

Los riesgos asegurables se contratan mediante una póliza de seguro en la cual el asegurador, por el pago de una prima determinada, se obliga a indemnizar al asegurado o beneficiario por las pérdidas o daños causados a los bienes durante y con ocasión del transporte normal, de acuerdo con las condiciones generales, particulares o especiales pactadas.

Tipos de Póliza existentes para asegurar tu mercancía:

Pregunta por las pólizas abiertas o automáticas, las cuales se otorgan a aquellos clientes que tienen un alto volumen de mercancías por transportar. Este tipo de



póliza te ofrece ciertas ventajas tales como primas más favorables debido al volumen transportado y primas a pagar mensualmente entre otras.

Por otro existen los certificados individuales o póliza específica, y se enfoca a aquellos empresarios que tienen un bajo volumen de mercancías a transportar, o que sencillamente se ven en la necesidad de transportar mercancías de una forma muy esporádica.

### **Póliza de transporte de valores.**

Pregunta por este tipo de póliza si alguna vez te ves en la necesidad de transportar dinero, joyas preciosas, certificados, obras de arte, títulos y otros valores.

### **Principios Básicos del Seguro de Transporte.**

La indemnización constituye la característica fundamental propia de todos los seguros sobre las cosas y, por tanto, también del seguro de transporte. Los principios de indemnización están basados en que:

1. Nadie puede pretender indemnizaciones superiores al daño sufrido.
2. El seguro no puede constituir causa de lucro o beneficio para el asegurado.
3. La indemnización por el asegurador no debe colocarle en una situación más ventajosa que si el siniestro no hubiese ocurrido.

Coberturas del seguro de transporte de carga se dividen en:

- a. **Cobertura Mínima:** Cubre el incendio, rayo, explosión o hechos tendientes a extinguir el fuego originado por tales causas; caídas accidentales de bultos al mar o al río durante su navegación o durante las operaciones de cargue, descargue o transbordo; pérdidas o daños originados en accidente que sufra el vehículo

transportador o el vehículo asegurado cuando éste se movilice por sus propios medios.

**b. Falta de Entrega:** Cubre el extravío y/o hurto simple o calificado, según definición legal de uno o más bultos completos (contenido y empaque), en que se halle dividido el despacho, de acuerdo con los documentos de transporte.

**c. Avería Particular:** Considera la rotura, contaminación, humedad, aplastamiento, manchas, abolladuras, óxido, contacto con aceite o grasas; derrames, mermas, evaporaciones o filtraciones por rotura de empaque, golpes y caídas de los bienes a tierra. Estos daños hacen referencia al contenido y no al empaque.

**d. Saqueo:** Se aplica en dos formas: a) cuando hay sustracción parcial o total del contenido de los bultos y b) la sustracción de alguna parte integrante de los bienes asegurados, cuando no tengan empaque.

**e. Otros Riesgos Asegurables:** Guerra internacional, guerra civil, rebelión, insurrección, acto hostil de un poder beligerante o contra dicho poder; aprehensión proveniente de los anteriores riesgos, minas, torpedos, bombas u otros artefactos de guerra abandonados; huelgas, suspensión de trabajos por cierre patronal, disturbios, motines, conmoción civil y terrorismo.

**f. Riesgos no Asegurables:** Decomiso, embargo y secuestro, retención; vicio propio: combustión espontánea, mermas, evaporaciones o filtraciones; pérdidas o daños causados por roedores, comején, gorgojo, polillas u otras plagas; reacción o radiación nuclear; pérdidas por errores en el despacho y los daños por haberse despachado bienes en mal estado.

La póliza de transportes deberá contener los siguientes datos:

- a.- Nombre y domicilio del asegurador;
- b.- Nombres y domicilios del solicitante, asegurado y beneficiario;
- c.- Calidad en la que actúa el solicitante del seguro;
- d.- La identificación precisa de la persona o cosa con respecto a la cual se contrata el seguro;
- e.- La vigencia el contrato, con indicación de las fechas y horas de iniciación y vencimiento, o el modo de determinarlas;
- f.- Monto asegurado o modo de precisarlo;
- g.- Prima o modo de calcularla;
- h.- Naturaleza de los riesgos tomados a su cargo por el asegurador;
- i.- Fecha en la que se celebra el contrato y firmas de los contratantes.

## **Elementos de la Obligación Tributaria Aduanera**

### **Derechos Arancelarios (Clases y Objetivos)**

La obligación tributaria aduanera es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías a través del cual aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la presentación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales.

Son tributos al comercio exterior: los derechos arancelarios, los impuestos establecidos en otras leyes que guarden relación con el ingreso o salida de mercancías, las tasas por servicios aduaneros.

El sujeto activo de la obligación tributaria es el Estado por intermedio del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) y el sujeto pasivo es quien debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable. En las importaciones, contribuyente es el propietario o consignatario de las mercancías; y, en las exportaciones, contribuyente es el consignante.

La Zona Primaria es el área interior de puertos o aeropuertos recintos aduaneros y locales habilitados en las fronteras terrestres; así como otros lugares que fijare

la administración aduanera, en los cuales se efectúen operaciones de carga, descarga y movilización de mercaderías procedentes del exterior o con destino a él.

La Zona Secundaria es la parte restante del territorio aduanero, incluidas las aguas territoriales y el espacio aéreo.

El hecho generador de la obligación tributaria aduanera es el ingreso o salida de las mercancías. La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las mercancías importadas.

El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera. El costo del seguro formará parte del valor en aduana pero la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible junto con la declaración aduanera.

La obligación aduanera es exigible:

- a. En la liquidación y en la declaración sustitutiva de importación o exportación, desde el día en que se autoriza el pago.
- b. En las tasas, desde la petición del servicio.
- c. En los demás casos, desde el día hábil siguiente al de la notificación de la liquidación complementaria, rectificación de tributos o acto administrativo correspondiente.

Se extingue la obligación tributaria en los siguientes casos:

- a. Pago;
- b. Compensación;
- c. Prescripción;
- d. Aceptación del abandono expreso;
- e. Declaratoria del abandono definitivo de las mercancías;
- f. Pérdida o destrucción total de las mercancías; y,

g. Decomiso administrativo o judicial de las mercancías.

### **La Política de Promoción de las Exportaciones**

La necesidad de divisas para el crecimiento del país determinó esta política que persigue sustancialmente adecuar el aparato productivo para satisfacer la demanda internacional; crear estímulos crediticios, fiscales pero asimismo un gran esfuerzo del país para preparar ese sector productivo en calidad, volumen y particularmente en la forma de negociación, contratación y desarrollo de proyectos de exportación.

La política de promoción del proyecto será: La creación de un clima adecuado para la inversión que llegue hasta la aplicación de un seguro estatal para la exportación del producto que sufran desastres naturales o problemas no cubiertos por las aseguradoras de riesgos propios de los negocios.

### **Importaciones a la Comunidad Europea de Carnes y Productos Cárnicos**

El Ministerio de Sanidad y Consumo es el Departamento responsable de verificar los requisitos de higiene alimentaria de la carne y los productos cárnicos importados a España desde países terceros.

Para ello se han establecido normas nacionales y comunitarias que tienen como objetivo garantizar que los productos importados cumplen con las altas exigencias de calidad exigidas a los productores españoles en materia de higiene, seguridad del consumidor y aspectos de sanidad animal.

Para que las importaciones se desarrollen de forma fluida y eficaz, los países y empresas destinatarios de estas normas han de comprender

los principios y la filosofía básicos en los que se basan la normativa de importación exigida por la legislación alimentaria.

## **Requisitos Sanitarios para la Importación de Carnes y Productos Cárnicos a la Unión Europea**

Una vez autorizado el país y el establecimiento y de cara a establecer los requisitos de importación, éstos se explicarán desde tres puntos de vista: Las ubicaciones objeto de control sanitario, los productos objeto de control sanitario y los procedimientos de control sanitario.

### **1. UBICACIONES DONDE SE EFECTÚA EL CONTROL SANITARIO DE LOS PRODUCTOS:**

En la Comunidad Europea existen múltiples instalaciones en las fronteras, autorizadas para el control de productos de la pesca, carnes y cárnicos procedentes de países terceros, de acuerdo con la Decisión 2001/881/CE. Estas instalaciones se denominan Puestos de Inspección Fronterizos (PIF), y en la actualidad existen 299 PIF autorizados en la UE-27, de los cuales 40 están ubicados en España (22 puertos y 18 aeropuertos).

**2. PRODUCTOS OBJETO DE CONTROL SANITARIO:** En el momento de la importación, se exige el cumplimiento de una normativa específica para los productos de la pesca, carnes y cárnicos de terceros países, por ello es necesario destacar:

- Medidas especiales de protección frente a determinados países (alertas alimentarias y sanitarias).
- Otros requisitos específicos. Nuevos alimentos, OMG.
- Principios generales de sanidad animal para carnes y cárnicos,

peces y moluscos: Países y zonas de producción autorizados.

- Principios generales de higiene como la trazabilidad y la responsabilidad de las autoridades competentes y los operadores.
- Requisitos de marcado sanitario y etiquetado.
- Requisitos de seguridad química: Aditivos, Saborizantes, Contaminantes, Residuos (Hormonas).
- Requisitos de seguridad biológica: Criterios microbiológicos, Alimentos irradiados, EET, Subproductos.

Esta normativa es horizontal y abarca a muchos tipos de productos, especificándose en cada caso las particularidades para los productos de la pesca.

3. PROCEDIMIENTOS QUE SE EFECTÚAN EN EL CONTROL SANITARIO: En los Puestos de Inspección Fronterizos, el control de los productos, que implica la verificación del cumplimiento de toda la normativa aplicable a ese producto, se lleva a cabo siguiendo el siguiente procedimiento, establecido en la Directiva 97/78/CE (disposición incorporada a nuestro ordenamiento jurídico interno mediante el Real Decreto 1977/1999).

- **Control Documental:** Supone la comprobación de los certificados veterinarios. También se comprueban otros documentos que acompañan a la partida (Factura comercial, Conocimiento aéreo (Air Bill) o Conocimiento marítimo (Bill of Lading), Declaración sumaria aduanera...). Se expone:
- Procedimiento de control documental para los productos de la pesca, carnes y cárnicos procedentes de países terceros.
- Procedimiento adicional de control documental en el caso de transbordos o descargas.

- **Modelos de documentos**

- **Control de Identidad:** Implica la verificación de la correspondencia entre los documentos y el producto en sí, por inspección visual. Aquí se comprueban las marcas sanitarias, pesos.
- **Control Físico:** Requiere la comprobación del propio producto, por medio de inspección simple o toma de muestras y análisis de laboratorio. La frecuencia de los controles físicos depende del riesgo que presenta el producto, así como de los resultados de controles anteriores.

Si de los mencionados controles se deriva que una partida no cumple los requisitos de la legislación comunitaria (de la UE), ésta se destruirá, o, en determinadas condiciones, se reenviará en un plazo de sesenta días.

Con objeto de proteger la salud humana, se prohíben todas las importaciones personales en la UE de carne o productos cárnicos por pasajeros o viajeros.

### **Reglamentaciones en Materia de Empacado y Etiquetado**

Por tratarse de un producto perecible se debe tomar todas las precauciones para que el mismo no se maltrate o descomponga, por lo tanto el producto deberá ser trasladado de manera que se garantice la conservación del producto y la calidad del mismo.

El etiquetado de exportación deberá contener la siguiente información:

- a. Nombre del producto;
- b. Marca Comercial;



- c. Identificación del lote;
- d. Razón Social de la Empresa;
- e. Contenido Neto en unidades del Sistema Internacional;
- f. Indicar si se trata de un alimento artificial;
- g. Número de Registro Sanitario;
- h. Fecha de elaboración;
- i. Tiempo máximo de consumo;
- j. Lista de Ingredientes;
- k. Forma de conservación;
- l. Precio de venta al público, P.V.P.;
- m. Ciudad y país de origen.

La responsabilidad por el marcado y etiquetado de los productos recae en el importador, que debe informar claramente al exportador sobre todas las regulaciones a cumplir, y se debe acordar con el importador o mayorista, todos los detalles de etiquetado, ya que ellos cuentan con la información relacionada a los requerimientos legales.

### **Medidas de Control de la Cantidad**

Un cupo de importación es un control de cantidad para mercancía importada durante un período de tiempo preciso.

Los cupos pueden ser: absolutos y tarifa aduanera

Los cupos de tarifa aduanera prevén la entrada de una cantidad específica del producto en cupo con una tarifa aduanera reducida durante un período determinado. No existe límite del monto.

Los cupos absolutos son cuantitativos, no pueden exceder del monto especificado permitido durante un período determinado (global y específico).

La Unión Europea, y específicamente España no ha impuesto ningún tipo de cupo para nuestro producto clasificado en la partida 0208909800, por lo tanto tenemos libre entrada en cuestión de cantidad, sin salvaguardia o recargo alguno.

## **Logística para la exportación**

## **Trámites para la Importación en España**

### **Regímenes de Introducción e Importación**

El comercio exterior se rige por el principio de libertad comercial y sólo algunas mercancías están sometidas a vigilancia previa. En relación a las importaciones, el régimen se establece en función de los países y territorios de origen, dando lugar a los siguientes regímenes:

- **Régimen libertad comercial absoluta.** Las mercancías sometidas a este régimen no precisan de la tramitación de ningún documento previo.
- **Régimen de Vigilancia Previa.** Requieren para su importación la presentación de un documento previo, la Notificación Previa de Importación (NOPI) si la medida de vigilancia es nacional y la expedición del Documento de Vigilancia Comunitaria si la medida es comunitaria.
- **Régimen de Autorización.** Las importaciones de mercancías sujetas a restricciones comunitarias precisan la autorización del documento Licencia de Importación, en tanto que las sometidas a restricciones nacionales podrán requerir la concesión del documento denominado Autorización Administrativa de Importación.

- **Embargos comerciales.** En circunstancias excepcionales, el régimen de importación frente a un determinado país puede ser objeto de modificaciones como consecuencia de la imposición de embargos comerciales decretados por Organismos internacionales o por instancias comunitarias. En estos supuestos, el régimen comercial se regirá por las normas específicas que se establezcan.

## **Trámites Administrativos y Aduanero**

### **Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)**

Tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo y que grava las entregas de bienes y las prestaciones de servicios efectuadas por empresas y profesionales. El titular de la importación deberá liquidar el IVA a la importación a la llegada de las mercancías a la aduana, este viene representado porcentualmente y está en función del tipo de mercancía y la fase de elaboración de la misma. El I.V.A equivale a 8%, por tratarse de un producto para consumo humano.

### **Clasificación de la mercancía en el arancel de aduanas**

La clasificación arancelaria de una mercancía consiste en la asignación de uno de los códigos de la nomenclatura del Arancel de Aduanas. El Arancel de aduanas está integrado por la nomenclatura arancelaria de la Comunidad Europea (Nomenclatura Combinada) y la tarifa arancelaria (gravamen asignado a cada partida y sub partida).

La identificación y clasificación de la mercancía se hace con ocho dígitos. Sobre la base de esta nomenclatura, la Comisión de la Comunidad Europea ha elaborado el Arancel Integrado de las Comunidades Europeas (TARIC), que incluye subdivisiones complementarias necesarias para designar aquellas mercancías objeto de medidas específicas.

El código numérico del TARIC es de diez dígitos y se utiliza para cumplimentar el DUA.

La partida arancelaria para la importación de carne de cuy empacada al vacío y congelada según el TARIC es 0208909800, la misma que corresponde a la descripción: Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados.

### **Las tarifas arancelaria**

Las tarifas arancelarias varían en función del origen de las mercancías y son los derechos de aduanas, comúnmente conocidos como aranceles, impuestos que debe pagar el importador para tener derecho a importar una mercancía, ("advalorem", específicos, compuestos y mixtos), las exacciones de efectos equivalentes y las exacciones reguladoras agrícolas. El arancel viene representado porcentualmente o por una cantidad fija en función del tipo de producto y país de origen.

El titular de la operación deberá liquidar los derechos arancelarios, los impuestos especiales y el IVA a la importación a la llegada de las mercancías a la aduana de importación.

Los documentos que debe presentar el importador para verificar el origen de la mercancía y determinar la tarifa arancelaria a aplicar en la aduana de importación son:

- Certificado de origen: para aquellos países considerados como terceros por el Arancel de Aduanas Comunitario (TARIC)
- Certificado modelo A (formulario A) para los países acogidos al Sistema de Preferencias generalizadas.
- **Documento modelo EUR1.** Para los países con Acuerdos **Preferenciales.** Código de la mercancía TARIC 0208909800

**País de origen/destino** Ecuador - EC (500)

Descripción de la mercancía Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados:

**Sin restricción**

**Importación**

**Derecho Arancelarios TARIC** 6.40 %

**I.V.A** 8.00 %

**Preferencias arancelarias** (SPGE) 0

**Documento Único Aduanero (DUA)**

Es el documento administrativo que se utiliza para el cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias en las operaciones de intercambio de mercancías tales como la exportación, importación o tránsito. Además sirve de base a la declaración tributaria consiguiente y constituye un soporte de información sobre la mercancía, su origen, etc.

Consta de nueve ejemplares y es necesario para la declaración ante los servicios de aduanas.

**Documentación**

En función del país de destino y del producto que se exporta, se exigen una serie de documentos complementarios de carácter administrativo y comercial que deben acompañar a la mercancía.

**Documentos Comerciales**

Son documentos emitidos por el vendedor/exportador y tienen relación con la operación de compraventa que origina la exportación

## **Procedimiento de Importación en España**

Para todo trámite de importación en España, es obligatorio la contratación de un Agente Afianzado de Aduanas, el mismo que apoyará y se encargará de todo lo proceso aduanero.

El Agente Afianzado de Aduanas debe presentar en la Agencia Tributaria del Gobierno de España el DUA junto con los documentos de acompañamiento, que para nuestro caso son los siguientes:

- Dos facturas comerciales en las que se especifique tipo de transacción (FOB o CIF), tipo de mercancía, cantidad, valor unitario y valor total.
- Documento de transporte (guía aérea para nuestro caso)
- Póliza de seguro
- Autorización emitida en el Puesto de Inspección Fronterizo (para obtener este documento es necesario presentar el Registro Sanitario del país exportador)
- Certificado de Origen, para los envíos que excedan los 60.10 euros y 20 Kg, por paquete. No es requerido para mercancías que contengan marcas de fábricas que indican el origen, bajo condición que los documentos de transporte indiquen estas señales. Estos documentos deben incluir los datos básicos siguientes: Nombre y dirección del remitente, teléfono, tipo, marcas y numeración de los paquetes, peso bruto o neto (si es necesario las unidades en números o medidas) de los bienes, especificando el tipo de los mismos, medios de transporte. Este certificado debe ser expedido

por consulados, embajadas o cámara de comercio local en el país exportador

Luego de presentada, revisada y aprobada la documentación y de acuerdo a los tributos correspondientes al producto importado, se genera la declaración tributaria, la misma que tiene que ser cancelada dentro de los tres días hábiles siguientes a su emisión. Cancelada la declaración tributaria se procede a dar la autorización para la salida de la mercancía.

## **CAPÍTULO V**

## 5.1. Análisis Económico – Financiero

Con este estudio se pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto de exportación, de embutidos de cuy por parte la Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy desde Ecuador hacia Madrid – España, estos costos son el costo total de operación de la planta, que involucra los costos de producción, gastos administración y ventas, así como una serie de indicadores que servirán como base para la siguiente fase que es la evaluación.

### 5.1.1 Recursos demandados para realización el plan de exportación

Dentro de los recursos que demanda el plan de exportación tenemos los

Costos de producción y administración, los mismos que son:

#### Costos directos

<b>Materia Prima</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P.U/Kg</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
CUYES	4500	7	\$ 24.300,00	\$ 291.600,00
ADOBO	450	1	\$ 8.190,00	\$ 98.280,00
<b>Materiales Directos</b>				
Fundas	4500	0,07	\$ 315,00	\$ 3.780,00
Cartón	450	0,75	\$ 337,50	\$ 4.050,00
Cinta de Embalaje	3	6	\$ 18,00	\$ 216,00
CINTA DE EMPAQUE	3	3	\$ 9,00	\$ 108,00



**Costos mano de obra**

Cant.	<b>Personal de Planta</b>						
1	Técnico	Salario Mensual	450,00	472,50	496,13	520,93	546,98
		Salario Anual	<b>5400,00</b>	<b>5670,00</b>	<b>5953,50</b>	<b>6251,18</b>	<b>6563,73</b>
		prestaciones sociales	1596,10	2148,41	2255,83	2368,62	2487,05
		<b>TOTAL</b>	<b>6996,10</b>	<b>7818,41</b>	<b>8209,33</b>	<b>8619,79</b>	<b>9050,78</b>
2	Obrero	Salario Mensual	584,00	613,20	643,86	676,05	709,86
		Salario Anual	<b>7008,00</b>	<b>7358,40</b>	<b>7726,32</b>	<b>8112,64</b>	<b>8518,27</b>
		prestaciones sociales	1976,39	2688,41	2822,83	2963,97	3112,17
		<b>TOTAL</b>	<b>8984,39</b>	<b>10046,81</b>	<b>10549,15</b>	<b>11076,61</b>	<b>11630,44</b>
<b>Total de salario anual de personal oficina</b>		<b>15980,49</b>	<b>17865,22</b>	<b>18758,48</b>	<b>19696,40</b>	<b>20681,22</b>	
<b>Total de prestaciones sociales personal oficina</b>		<b>3572,49</b>	<b>4836,82</b>	<b>5078,66</b>	<b>5332,59</b>	<b>5599,22</b>	

## Gastos mano de obra

### PRESUPUESTO DE GASTO DE PERSONAL

Proyección del 5% de inflación

1,05

Prestaciones sociales  
12,15%

Decimo cuarto sueldo 319

<b>319,00</b>	<b>334,95</b>	<b>351,70</b>	<b>369,28</b>	<b>387,75</b>
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Personal de Oficina						
Cargo	Concepto	1	2	3	4	5
Administrador	salario básico mensual	800,00	840,00	882,00	926,10	972,41
	salario básico anual	9600,00	10080,00	10584,00	11113,20	11668,86
	prestaciones sociales	2589,40	3558,87	3736,81	3923,65	4119,84
	<b>TOTAL</b>	<b>12189,40</b>	<b>13638,87</b>	<b>14320,81</b>	<b>15036,85</b>	<b>15788,70</b>
Contador	salario básico mensual	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
	salario básico anual	7200,00	7560,00	7938,00	8334,90	8751,65
	prestaciones sociales	2021,80	2752,89	2890,53	3035,06	3186,81
	<b>TOTAL</b>	<b>9221,80</b>	<b>10312,89</b>	<b>10828,53</b>	<b>11369,96</b>	<b>11938,46</b>
<b>Total de salario anual de personal oficina</b>		<b>16800,00</b>	<b>17640,00</b>	<b>18522,00</b>	<b>19448,10</b>	<b>20420,51</b>
<b>Total de prestaciones sociales personal oficina</b>		<b>4611,20</b>	<b>6311,76</b>	<b>6627,35</b>	<b>6958,72</b>	<b>7306,65</b>

<b>TOTAL GENERAL MANO DE OBRA</b>	<b>37391,69</b>	<b>41816,98</b>	<b>43907,83</b>	<b>46103,22</b>	<b>48408,38</b>
-----------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

### Prestaciones sociales

Administrador	Decimo tercero(13)	66,67	70,00	73,50	77,18	81,03
	Decimo cuarto(14)	26,58	27,91	29,31	30,77	32,31
	Vacaciones	33,33	35,00	36,75	38,59	40,52
	Fdo. Reserva		- 70,00	73,50	77,18	81,03
	11,15% a. pat	89,20	93,66	98,34	103,26	108,42
	Prestaciones s. mensuales	215,78	296,57	311,40	326,97	343,32
	Prestaciones s. Anuales	<b>2.589,40</b>	<b>3.558,87</b>	<b>3.736,81</b>	<b>3.923,65</b>	<b>4.119,84</b>
Contador	Decimo tercero(13)	50,00	52,50	55,13	57,88	60,78
	Decimo cuarto(14)	26,58	27,91	29,31	30,77	32,31
	Vacaciones	25,00	26,25	27,56	28,94	30,39
	Fdo. Reserva		- 52,50	55,13	57,88	60,78
	11,15% a pat	66,90	70,25	73,76	77,45	81,32
	Prestaciones s. mensuales	168,48	229,41	240,88	252,92	265,57

	Prestaciones s. Anuales	<b>2.021,80</b>	<b>2.752,89</b>	<b>2.890,53</b>	<b>3.035,06</b>	<b>3.186,81</b>
Técnico	Decimo tercero(13)	37,50	39,38	41,34	43,41	45,58
	Decimo cuarto(14)	26,58	27,91	29,31	30,77	32,31
	Vacaciones	18,75	19,69	20,67	21,71	22,79
	Fdo. Reserva	-	39,38	41,34	43,41	45,58
	11,15% a pat	50,18	52,68	55,32	58,08	60,99
	Prestaciones s. mensuales	133,01	179,03	187,99	197,38	207,25
	Prestaciones s. Anuales	<b>1.596,10</b>	<b>2.148,41</b>	<b>2.255,83</b>	<b>2.368,62</b>	<b>2.487,05</b>
Obrero	Decimo tercero(13)	48,67	51,10	53,66	56,34	59,15
	Decimo cuarto(14)	26,58	27,91	29,31	30,77	32,31
	Vacaciones	24,33	25,55	26,83	28,17	29,58
	Fdo. Reserva	-	51,10	53,66	56,34	59,15
	11,15% a pat	65,12	68,37	71,79	75,38	79,15

	Prestaciones s. mensuales	164,70	224,03	235,24	247,00	259,35
	Prestaciones s. Anuales	<b>1.976,39</b>	<b>2.688,41</b>	<b>2.822,83</b>	<b>2.963,97</b>	<b>3.112,17</b>

Dándonos un costo de producción de los embutidos de 402.215 USD como se detalla a continuación.

Concepto	Parcial	Sub Total	Total
<b>1. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>			<b>402.215,92</b>
<b>Costos Directos</b>		<b>399.380,49</b>	
Materia Prima	383.400,00		
Mano de obra	15.980,49		
<b>Costos Indirectos</b>		<b>2835,43</b>	
Electricidad	390,00		
Mantenimiento de la Planta	180		
Mandiles	34,56		
Gorras Desechables	12		
Mascarillas	12,00		
Guantes	156,00		
Depreciación	1700,87		
Amortización	350,00		

<b>Gastos Exportación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P.U/Kg</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
impuestos IVA 8%	4500	0,56	\$ 2.520,00	\$ 30.240,00
Impuesto Arancel 6,40%	4500	0,45	\$ 2.025,00	\$ 24.300,00
			\$ 4.545,00	\$ 54.540,00

### **COSTO TOTAL**

<b>Concepto</b>	<b>Parcial</b>	<b>Sub Total</b>	<b>Total</b>
<b>1. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>			<b>410.333,92</b>
<b>Costos Directos</b>		<b>407.498,49</b>	
Materia Prima	383.400,00		
Materiales	8118,00		
Mano de obra	15.980,49		
<b>Costos Indirectos</b>		<b>2835,43</b>	
Electricidad	390,00		
Mantenimiento de la Planta	180		
Mandiles	34,56		
Gorras Desechables	12,00		
Mascarillas	12,00		
Guantes	156,00		
Depreciación	1700,87		
Amortización	350,00		
<b>2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>17540,00</b>
<b>Gastos Administrativos</b>		<b>17540,00</b>	
Sueldos y Salarios	16800,00		
Útiles de Aseo	180,00		
Papelería	80,00		
Servicios Básicos	480,00		
<b>3. COSTOS DE VENTA</b>			<b>600,00</b>
<b>Gastos de Venta</b>		<b>600,00</b>	
Alquiler de transporte refrigerado	50,00		
<b>4. COSTOS FINANCIEROS</b>			<b>3.311,32</b>
<b>Gastos Financieros</b>		<b>3.311,32</b>	
Intereses a Largo Plazo	3.311,32		
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>431.785,24</b>

Concepto	Fijos	Variables
<b>1. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
<b><i>Costos Directos</i></b>		
Materia Prima		383.400,00
Materiales		8118,00
Mano de obra	15.980,49	
<b><i>Costos Indirectos</i></b>		
Electricidad		390,00
Mantenimiento de la Planta	180	
Mandiles		34,56
Gorras Desechables		12,00
Mascarillas		12,00
Guantes		156,00
Depreciación	1700,87	
Amortización	350,00	
<b>2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>		
<b><i>Gastos Administrativos</i></b>		
Sueldos y Salarios	16800,00	
Útiles de Aseo	180,00	
Papelería	80,00	
Servicios Básicos	480,00	
<b>3. COSTOS DE VENTA</b>		
<b><i>Gastos de Venta</i></b>		
Publicidad y Propaganda		600,00
<b>4. COSTOS FINANCIEROS</b>		
<b><i>Gastos Financieros</i></b>		
Intereses a Largo Plazo	3.311,32	
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>39062,68</b>	<b>392722,56</b>

### 5.1.3 Inversión inicial

Constituye el monto de la inversión Fija se debe sumar los rubros obras civiles, vehículos, maquinaria, equipos y herramientas que requiere la Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy para llevar a cabo su actividad exportable.

**INVERSIÓN TOTAL**  
Expresado en Dólares

<b>RUBROS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b><u>INVERSIÓN FIJA</u></b>	-	-	<b><u>m 2</u></b>	<b><u>16.909,00</u></b>
<b><i>Obra Civil (Adecuación)</i></b>				<b>4.000,00</b>
Bodega	10	m2	60,00	600,00
Planta de Procesamiento	30	m2	80,00	2.400,00
Oficina Técnica	5	m2	80,00	400,00
Baños	2	m2	300,00	600,00
<b><i>Maquinaria y Equipo</i></b>				<b>11.909,00</b>
Cuarto frio	1,00	unidad	8.000,00	8.000,00
Balanza	2,00	unidad	80,00	160,00
Fuentes metalizas	5,00	unidad	15,00	75,00
Tinas de acero con tapa	4,00	unidad	50,00	200,00
Tinas de acero sin tapa	4,00	unidad	35,00	140,00
Picadora Automática	1,00	Unidad	1500,00	1.500,00
Amasadora AVT	1,00	Unidad	980,00	980,00
Grifos móviles	3,00	unidad	8,00	24,00
Mangueras flexibles y pitones individuales	3,00	unidad	10,00	30,00
Tanque Colector de agua	1,00	unidad	200,00	200,00
Empacadora al Vacío	1,00	unidad	300,00	300,00
Mesas Metálicas	2,00	unidad	150,00	300,00
<b><i>Muebles de Oficina</i></b>				<b>100,00</b>
Muebles de Oficina	2,00	unidad	50	100,00
<b><i>Equipo de Cómputo</i></b>				<b>900,00</b>
Equipo de Cómputo	2,00	unidad	450,00	900,00
<b><u>INVERSIÓN INTANGIBLE</u></b>				<b><u>1750,00</u></b>
Estudios				750,00
Gastos de Organización				300,00
Gastos de Instalación				250,00
Marca y Patentes				200,00
Permisos (municipales, bomberos, sanitarios)				100,00
Imprevistos				150,00
<b>INVERSIÓN ACTIVOS</b>				<b>18.659,00</b>



#### 5.1.4 Capital de trabajo

Se calcula de la misma forma que la materia prima, es decir para el ciclo de producción. Los demás rubros del capital de trabajo se producen de la misma forma.

Una de las formas para el cálculo del capital de trabajo necesario dentro del proyecto podemos utilizar el método del Periodo de desfase. Este método consiste en determinar la cuantía de los costos de operación que debe financiarse desde el momento en que se efectúa el primer pago por la adquisición de los insumos necesarios en el proceso productivo, hasta el momento en que se recauda el ingreso por la venta de los productos. Para aplicar éste método primeramente debemos conocer el tiempo que durará el proceso productivo las ventas y el ingreso.

<b><u>CAPITAL DE TRABAJO</u></b>				<b><u>38.676,88</u></b>
<b><i>Materia Prima</i></b>				<b>31.950,00</b>
Cuyes	4500,00	kg	7,00	31.500,00
Adobo	450,00	kg	1	450,00
<b><i>Materiales</i></b>				<b>676,50</b>
Fundas	4500,00	unidad	0,07	315,00
Cartones Corrugados	450,00	unidad	0,75	337,50
Cinta de Embalaje	3,00	unidad	5,00	15,00
Cinta de Empaque	3,00	unidad	3,00	9,00
<b><i>Materiales Indirectos</i></b>				<b>55,38</b>
Electricidad	250	kw	0,13	32,5
Mantenimientos de la Planta				15
Gorras Desechables				1,00
Mascarillas				1,00
Mandiles				2,88
Guantes de Caucho				3,00
<b>Gastos de Administración</b>				<b>1.400,00</b>
<b>Gastos de Exportación</b>				<b>4.545,00</b>
<b>Gastos de Ventas</b>				<b>50,00</b>

## TOTAL INVERSIONES

<b>RUBROS</b>	<b>V. TOTAL</b>
<i>INVERSIÓN FIJA</i>	<u>16.909,00</u>
<i>INVERSIÓN INTANGIBLE</i>	<u>1750,00</u>
<i>CAPITAL DE TRABAJO</i>	<u>38.676,88</u>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b><u>57.335,88</u></b>

### 5.1.5 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Constituye la forma como se va a distribuir el financiamiento de acuerdo a las fuentes, la inversión total, y esta se construye de la siguiente forma:

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>							
<b>FUENTE</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>INVERSIÓN FIJA</b>		<b>INVERSIÓN INTANGIBLE</b>		<b>TOTAL</b>
	<b>Inversión</b>	<b>%</b>	<b>Inversión</b>	<b>%</b>	<b>Inversión</b>	<b>%</b>	
Aporte Propio	15.470,75	40	5.072,70	30	0,00	0	20.543,45
Préstamo	23206,13	60	11.836,30	70	1750,00	100	36792,43
<b>TOTAL</b>	<b>38.676,88</b>	<b>100</b>	<b>16.909,00</b>	<b>100</b>	<b>1750</b>	<b>100</b>	<b>57.335,88</b>

## CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO

Es la forma en que se va a cancelar la deuda, la misma que esta negociada con el banco Nacional de Fomento a un costo de capital del 9% y aun plazo de 5 años.

Datos		
<i>i</i> =	<b>0,09</b>	%
<i>n</i> =	<b>5</b>	años
<i>Préstamo</i> (\$) =	<b>36.792,43</b>	Deuda

CUADRO DE REEMBOLSO DE LA DEUDA				
PERÍODO	DEUDA	INTERESES	AMORTIZACIÓN	CUOTA FIJA
0	36792,43			
1	30644,69	3311,32	6.147,74	9.459,06
2	23943,66	2758,02	6.701,03	9.459,06
3	16639,53	2154,93	7.304,13	9.459,06
4	8678,03	1497,56	7.961,50	9.459,06
5	0,00	781,02	8.678,03	9.459,06
<b>TOTAL</b>		<b>10502,85</b>	<b>36792,43</b>	<b>47.295,28</b>

## DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO

Los ingresos constituye la parte más importante del proyecto, provienen de la venta de los bienes, principales en el presenta caso de los kilos de embutidos de carne de cuy.

### ***Fuentes Primarias:***

Los existentes en el Mercado y Supermercados de la localidad.

### ***Fuentes Secundarias:***

BCE, INEC

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{\text{costo variable total}}{\text{\# unidades producidas}}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{392722,56}{54000}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = 7,27$$

PRECIO (\$) =	costo variable unitario + % utilidad + costo transporte				
			%		
PRECIO (\$) =	7,27	+	20	+	0,50
PRECIO (\$) =	7,27	+	1,45	+	0,5
PRECIO (\$) kg=	9,23				

## INGRESOS

Los Ingresos se calculan multiplicando la cantidad de productos por el precio de venta unitario.

$$I = Q * P$$

P.V.P.	9,23	1 KG
Nº unidades procesadas anualmente	54000	
\$ por unidades vendidas anualmente		498267,07

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	U\$D TOTAL	U\$D TOTAL	U\$D TOTAL	U\$D TOTAL	U\$D TOTAL
Ventas Brutas	498267,07	515706,42	533756,14	552437,61	571772,93
(-)Devolución y Rebajas sobre Ventas	4982,7	5157,06	5337,56	5524,38	5717,73
<b>(=)VENTAS NETAS</b>	<b>493284,40</b>	<b>510549,36</b>	<b>528418,58</b>	<b>546913,23</b>	<b>566055,20</b>

### Punto de Equilibrio

Se llama punto de equilibrio del proyecto al volumen productivo que corresponde a una situación en la que no se obtiene ganancias ni se incurre en pérdidas, es decir cuando los ingresos permiten cubrir los costos.

**Formula:**

$$PUNTODEEQUILIBRIO = \frac{COSTOFIJO\ TOTAL}{PRECIODEVENTA - COSTOVARIABLEUNITARIO}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{39.062,68}{9,23 - 7,27} = 19985,74$$

**Punto de Equilibrio** = 19985 Kg a vender que corresponde a un ingreso de equilibrio de 246400,57 dólares.

Estado de Resultados del proyecto

**PROYECTO "EMBUTIDOS DE CUY"**  
**ESTADO DE RESULTADO**  
**DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE**

<b>RUBROS</b>	<b>Inflación 5%</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ventas Netas</b>		493284,40	510549,36	528418,58	546913,23	566055,20
(-)Costo de Producción		402215,92	422326,72	443443,05	465615,21	488895,97
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>91068,48</b>	<b>88222,64</b>	<b>84975,53</b>	<b>81298,03</b>	<b>77159,23</b>
(-)Costos de Administración		17540,00	18417,00	19337,85	20304,74	21319,98
(-)Costos de Ventas		600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
(-)Costos Financieros		3311,32	3476,88	3650,73	3833,27	4024,93
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>69617,16</b>	<b>65698,75</b>	<b>61325,45</b>	<b>56465,44</b>	<b>51085,02</b>
(-) Impuesto Renta 25%		17404,29	16424,69	15331,36	14116,36	12771,25
<b>(=) Utilidad antes de Repartición</b>		<b>52212,87</b>	<b>54823,51</b>	<b>57564,69</b>	<b>60442,92</b>	<b>63465,07</b>
(-) Repartición 15% Utilidades		7831,93	8223,53	8634,70	9066,44	9519,76
<b>(=) Utilidad Neta Total</b>		<b>44380,94</b>	<b>46599,99</b>	<b>48929,99</b>	<b>51376,49</b>	<b>53945,31</b>

### 5.1.6 Flujo de caja proyectado

El flujo de fondos, son las entradas y salidas de dinero en efectivo, en oposición a la utilidad contable neta (ingreso contable neto) que puede fluir hacia adentro o hacia fuera de una empresa durante algún período específico.

Habría que considerar que si las estimaciones de flujo de efectivo, no son razonablemente exactas, cualquier técnica analítica, por sofisticada que sea, podrá conducir a decisiones deficientes y por lo tanto a posibles pérdidas operativas y al fracaso del proyecto.

La utilidad neta, no es un resultado que permita evaluar un proyecto, porque es un concepto contable, no de liquidez, entonces, para transformar a un Estado de Resultados en un Flujo de Efectivo, se le ha tenido que sumar la utilidad neta, los “fondos no gastados”, que generalmente son:

- Depreciación
- Provisiones para incobrables.
- Provisiones patronales.
- Amortizaciones.

**Con lo cual** la Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy, presenta el siguiente flujo de caja proyectado:



**PROYECTO "EMBUTIDOS DE CUY"**  
**FLUJO NETO DE CAJA**  
**DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ventas Netas</b>		493.284,40	510.549,36	528418,58	546913,23	566055,20
(-)Costo de Producción		402.215,92	422326,72	443443,05	465615,21	488895,97
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>91.068,48</b>	<b>95621,90</b>	<b>100403,00</b>	<b>105423,15</b>	<b>110694,31</b>
(-)Costos de Administración		17540,00	18417,00	19337,85	20304,74	21319,98
(-)Costos de Ventas		600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
(-)Costos Financieros		3.311,32	3476,88	3650,73	3833,27	4024,93
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>69.617,16</b>	<b>73098,02</b>	<b>76752,92</b>	<b>80590,57</b>	<b>84620,09</b>
(-) Impuesto Renta 25%		17404,29	18274,50	19188,23	20147,64	21155,02
<b>(=) Utilidad antes de Repartición</b>		<b>52212,87</b>	<b>54823,51</b>	<b>57564,69</b>	<b>60442,92</b>	<b>63465,07</b>
(-) Repartición 15% Utilidades		7831,93	8223,53	8634,70	9066,44	9519,76
<b>(=) Utilidad Neta Total</b>		<b>44380,94</b>	<b>46599,99</b>	<b>48929,99</b>	<b>51376,49</b>	<b>53945,31</b>
(+) Depreciación		1700,87	1700,87	1700,87	1700,87	1700,87
(+) Amortización		350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Valor de Salvamento						9.304,56
(-) Pago Principal del Préstamo		6147,74	6701,03	7304,13	7961,50	8.678,03
Capital de Trabajo (recuperable)						<b>38.676,88</b>
<b>(-) INVERSIONES:</b>						
Fija	16.909,00					
Intangible	1750,00					
Capital de Trabajo	38.676,88					
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>-57.335,88</b>	<b>40284,07</b>	<b>41949,82</b>	<b>43676,73</b>	<b>45465,86</b>	<b>95299,59</b>

### 5.1.7 Rentabilidad establecida

#### 1.- CALCULO DEL VAN

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

Valor actual neto es la sumatoria de los valores actualizados, a una tasa de descuento adecuada para el inversionista, en el presente caso esta tasa es del 9%, la misma que constituye el costo de oportunidad mínimo para el proyecto, citada como fuente la tasa que cobra por sus préstamos la Corporación Financiera Nacional.

#### Punto de partida

Partimos del resultado del FLUJO NETO DE EFECTIVO. Ese resultado se le actualiza al año CERO, utilizando una tasa de descuento se resta la inversión Inicial, ese resultado se constituye en el valor actual neto o valor presente neto de acuerdo a la siguiente fórmula:

#### Fórmula.

$VAN = -I_0 + \text{Sumatoria FNE Actualizado}$

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

AÑOS	Flujo de Fondos	Factor de Act.	Flujo de Efect. Act.	Flujo Efec. Act. Acum.
0	-57.335,88	1,0000000	-57335,88	-57335,88
1	40284,07	0,9174312	43909,64	-13426,24
2	41949,82	0,8416800	49840,59	36414,34
3	43676,73	0,7721835	56562,63	92976,98
4	45465,86	0,7084252	64178,77	157155,74
5	95.299,59	0,6499314	146630,23	<b>303785,97</b>

## VAN POSITIVO

**VAN = 303785,97**

### Análisis

Al ser su valor positivo significa que el rendimiento de la inversión es superior al requerimiento mínimo de los inversionistas.

### Calculo del VAN negativo

**Tasa de descuento**      **73%**      **% Anual**

<b>AÑOS</b>	<b>Flujo de Fondos</b>	<b>Factor de Act.</b>	<b>Flujo de Efect. Act.</b>	<b>Flujo Efec. Act. Acum.</b>
<b>0</b>	-57.335,88	1,0000000	-57335,88	-57335,88
<b>1</b>	40284,07	0,5763759	23218,77	-34117,11
<b>2</b>	41949,82	0,3322092	13936,12	-20180,99
<b>3</b>	43676,73	0,1914774	8363,11	-11817,88
<b>4</b>	45465,86	0,1103630	5017,75	-6800,14
<b>5</b>	95299,59	0,0636106	6062,06	-738,08

## VAN NEGATIVO

**VAN = -738,08**

### Análisis:

Este resultado es negativo, lo que nos indica que la Inversión no producirá un rendimiento mínimo aceptable, por lo tanto no se recomienda su implementación, pero este resultado es necesario para construir la formula de la Tasa Interna de retorno de la Inversión.

## TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno es aquella tasa que hace al VAN igual a cero, expresa el rendimiento de la inversión en términos de tasa de interés. Si la TIR es mayor que la tasa de interés del dinero prestado para la ejecución del proyecto, el proyecto es conveniente.

### Cálculo de la TIR.

Existen algunas formas de calcular, una de ellas es mediante el método de aproximaciones sucesivas o de tanteo, para lo cual se debe establecer dos VAN, el uno con valor positivo y un negativo, la TIR estará ubicado al interior del intervalo.

### Fórmula

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

$r_1$  = Tasa de descuento utilizada para calcular el  $VAN_1$

$r_2$  = Tasa de descuento utilizada para calcular el  $VAN_2$

$VAN_1$  = Valor positivo

$VAN_2$  = Valor negativo

r1 =	0,09	%
r2 =	0,735	%
VAN1 =	303785,97	Positivo
VAN2 =	-738,08	Negativo

$$TIR = 0,73 * 0,997576291$$

$$TIR = 73,32\%$$

**Análisis:**

Al ser la tasa interna de retorno  $> i$  (73.32%) la tasa el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero, es decir que desde el punto de vista del o los inversionistas es rentable.

## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. CONCLUSIONES

- El cuy en Latino América y particularmente en Ecuador se ha utilizado desde épocas muy antiguas en la alimentación del hombre, con el pasar del tiempo se ha adaptado a una variedad de climas y sistemas de alimentación, estas dos características manifiesta la alta capacidad de vida que posee este animal ya que puede adaptarse al frío o al calor, puede consumir balanceado, forraje o desperdicios de cocina y lo transforma en carne de excelente calidad y a partir de ella una serie de derivados.
- La carne, los embutidos que se logran de este animal son, es exquisita y muy apetecida, por esta razón estos productos no puede ser sustituidos con ningún otro producto similar, esta característica es de vital importancia en el presente proyecto, ya que estamos seguros que este no podrá ser desplazado ni mucho menos eliminado del mercado.
- Llevado a cabo el diagnóstico del mercado destino se ha podido llegar a la conclusión que el mercado de Madrid- España, tiene un especial gusto en su actividad gourmet y comida diaria la utilización de los embutidos, a esto le sumamos que en España, en especial en la ciudad de Madrid, se encuentra nuestros coterráneos de Cañar, Chimborazo, Tungurahua, quienes tienen mucho a precio por la carne de Cuy.
- Puesto que la competencia es uno de los aspectos que determina en muchos casos el éxito o el fracaso de la empresa, es importante mencionar que el mercado de embutidos de cuyes abastecido por empresas minoristas de Perú y dentro del país los productores de cuyes de Cañar.

- Luego de hacer un análisis exhaustivo del mercado español vemos es este va en crecimiento, en especial porque las Familias Españolas gastan más su presupuesto en alimentación y bebidas.
- La Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy pretende colocar en el mercado 54.000 kg. De embutidos de cuy a partir del 2013.
- Las inversiones necesarias para poner enmarcha el presente proyecto se financian por la Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy y la CFN. Lo que garantiza la ejecución del proyecto.
- Los ingresos así como los gastos, constituyen elementos importantes dentro de la realización de un proyecto por ello es necesario monitorearlos constantemente, más cuando su diferencia garantiza un rendimiento atractivo por la ejecución del proyecto, 73.32%.

## **6.2. RECOMENDACIONES**

- Es recomendable mantener el cuy y sus derivados en la dieta diaria, no solo por salud, sino porque es una carne de excelente calidad.
- Se recomienda llevar a cabo la inversión, ya que estamos seguros que la carne de cuy no podrá ser desplazada ni mucho menos eliminado del mercado, en Ecuador y en España particularmente en Madrid ya que en esta localidad se encuentra el 80% de los migrantes ecuatorianos, peruanos y bolivianos.
- Hay que aprovechar la presencia de ecuatorianos de las regiones serranas de Cañar, Chimborazo, Tungurahua, quienes tienen mucho a precio por la carne de Cuy.

- Es recomendable llevar a cabo el presente proyecto, ya que no existe una amplia competencia de empresas locales e internacionales que participen en el mercado español.
- La particularidad del consumidor español en lo referente a comidas, en especial de embutidos y bebidas hacen recomendable la producción y exportación de los embutidos hacia este mercado.
- Es recomendable que la Corporación Cuyícola Chimborazo Sr. Cuy coloque su primer embarque de embutidos en el mercado a partir del 2013.
- El estudio económico del proyecto determina un rendimiento del capital del 73.32%, siendo este muy atractivo se recomienda realizar las inversiones necesarias para llevar a cabo el proyecto y de este modo colocar la producción en el mercado internacional.



## RESUMEN

El presente proyecto de exportación de embutidos de carne de cuy, para la población ecuatoriana radicada en Madrid – España para la corporación Cuyicula Chimborazo Sr. Cuy desde la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, país Ecuador ha sido elaborado con la finalidad de dar a conocer todo lo relacionado a la exportación de un nuevo producto, un producto que es muy nuestro y que representaría al Ecuador en tierras extranjeras de una manera extraordinaria, para que nuestro país sea conocido y reconocido por su diversidad alimenticia e inclusive se provoque curiosidad acerca de nuestras costumbres.

Se realizaron estudios de mercado mediante análisis de consumo de productos sustitutos estableciendo así la demanda insatisfecha y nuestro mercado potencial. El proceso de producción es analizado desde la crianza de la materia prima hasta el empaque y almacenamiento del producto terminado. La materia prima son adquiridos a los socios productores de la empresa Sr. Cuy; están determinados bajo criterios de elaboración y normas para la producción de alimentos; el personal administrativo y operativo de la empresa estará constantemente capacitándose en cada una de las áreas que la empresa requiere para la elaboración del producto.

Finalmente, se efectuó el estudio económico – financiero, donde se analizaron las ventajas y desventajas del proyecto teniendo como resultado que el mismo es confiable y sustentable, buscando cumplir con las normas sanitarias, alimenticias, de regulación estatal e internacional.

Como resultado de la aplicación de este proyecto de exportación tendremos el incremento de importantes ingresos a nuestro país, además de la creación de fuentes de trabajo y así contribuir al mejoramiento de la economía del Ecuador.

Recomendamos a la Corporación Cuyicula Chimborazo Sr. Cuy la ejecución del presente proyecto por su factibilidad, beneficios económicos, financieros tanto para la empresa como para la ciudad y el país.



## **Bibliografía**

- ARBOLEDA VELEZ, Germán. Proyectos: formulación, evaluación y control, AC Editores, Bogotá, 2004.
- BONILLA, E. Formulación de proyectos, Riobamba, Espoch, 2005
- JORGE, O Cría intensiva de cuyes, 2da edición, editorial limusa, Bogota,2002.
- LOCK, Dennis. Gestión de proyectos. Planificación, presupuesto, control y evaluación de proyectos, Editorial Paraninfo, Madrid, 1990
- P. Kotler; G. Armstrong, Mercadotecnia, 6ta. Edición, Mexico, Prentice Hall, 1996.
- SANCHES YABAR, Guido, El Marketing en las pequeñas empresas, 2da Edición, Bogotá, 2002.
- SAPAC CHAIN, Nassir, Reinaldo, Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos. Bogotá, Editorial Italgraf, 2002.

## Anexos

### Anexo N°1



### Anexo N° 2



**Anexo Nº 3**



**Anexo Nº 4**



**Anexo N°5**

