



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

PROPUESTA PARA LA EXPORTACIÓN DE CARNE DE CUY DESDE LA
EMPRESA CUYERA ANDINA HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

Negocios Internacionales E.1

AUTORA: Díaz Lara Andrea Karina


ASESORA: Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade

IBARRA, ENERO– 2018

Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade
ASESORA

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



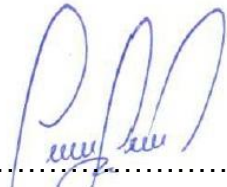
.....

Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade

C.C.: 100255404-4

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): 

Mgs. Gabriela Herrera

C.C.: 100255404-4

(f):

.....

C.C.:

(f):

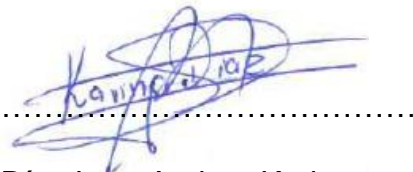
.....

C.C.:

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo: Díaz Lara Andrea Karina, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

Ibarra, 11 de Enero de 2018

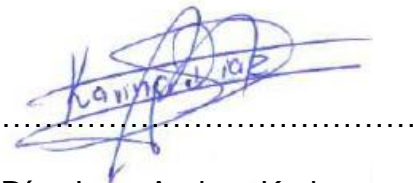


Díaz Lara Andrea Karina

C.C.: 1003046198

AUTORÍA

Yo: Díaz Lara Andrea Karina, portadora de la cédula de ciudadanía N°1003046198, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de la autora, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Karina Díaz', is written over a horizontal dotted line. The signature is stylized and somewhat obscured by the line.

Díaz Lara Andrea Karina

C.C.: 1003046198

RESUMEN

En la actualidad la fase de emprender se ha convertido un eje fundamental para dinamizar la economía del país y así también crear fuentes de empleo, es por ello que se ha elaborado el presente trabajo de investigación denominado, propuesta para la exportación de carne de cuy desde la empresa Cuyera Andina hacia el mercado Estadounidense, empresa que se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Urcuquí, el proyecto nació con el objetivo de aprovechar la capacidad productiva con la que cuenta la compañía además de la demanda existente por parte de los compatriotas latinoamericanos radicados en Estados Unidos y así mismo contribuir para que la empresa pueda proyectarse a mercados internacionales.

Se efectúa un análisis sobre las propiedades, beneficios y variedades del cuy al igual que un estudio de mercado pertinente para conocer la aceptabilidad del mismo por parte de los posibles clientes, asimismo se establece la presentación del producto final que se destinará a la venta, el cual es carne de cuy congelado y empacado al vacío con su respectivo etiquetado.

También se define la propuesta de exportación en la que se establece el término de negociación CIP y como medio de pago internacional la carta de crédito.

En cuanto al análisis del estudio financiero nos permitió establecer que el proyecto es viable ya que los resultados conseguidos son favorables: Tasa Interna de Retorno del 32,04% y un costo de oportunidad del 18,29%, de tal forma el proyecto se vuelve factible para la empresa Cuyera Andina.

Palabras claves

Empresa – Cuy – empacado al vacío - Exportación - Factibilidad

ABSTRACT

Currently, the phase of entrepreneurship has become a fundamental axis to boost the economy of the country and thus also create sources of employment, which is why the present research work called, proposal for the export of guinea pig meat from the company Cuyera Andina towards the American market, company that is located in the province of Imbabura, Urcuquí canton, the project was born with the objective of taking advantage of the productive capacity that the company has besides the existing demand on the part of the compatriots Latin Americans living in the United States and also contribute so that the company can be projected to international markets.

An analysis is carried out on the properties, benefits and varieties of the guinea pig as well as a relevant market study to know the acceptability of the same by the potential clients, as well as the presentation of the final product that will be used for sale, the which is frozen guinea pig meat and vacuum packed with its respective labeling.

The export proposal in which the CIP negotiation term is established and the letter of credit as international payment means is also defined.

Regarding the analysis of the financial study, it allowed us to establish that the project is viable since the results obtained are favorable: Internal Rate of Return of 32.04% and an opportunity cost of 18.29%, in such a way the project becomes feasible for the company Cuyera Andina.

Keywords

Company – guinea pig - vacuum packed - Export – Feasibility

DEDICATORIA

Dedico el trabajo realizado a mi amada madre Beatriz Lara, quien es la persona que con mucho esfuerzo y dedicación me ayudo en todo momento, la cual siempre confió y creyó en mí, incluso cuando yo no lo hacía y me brindó su apoyo incondicional, ella es mi inspiración y motivación para continuar avanzando cada día, así mismo es un pilar indispensable en mi vida ya que sin sus consejos y ayuda no hubiese sido posible lograr cumplir con esta meta que un día me la propuse.

A mi familia en general quienes me han brindado su confianza y estímulo para continuar siempre adelante.

Karina Díaz L.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fuerza necesaria y ser la luz que guía mi camino.

A mi madre por su apoyo incondicional y estar junto a mí en todo momento y en cualquier circunstancia.

A todos los maestros por brindarnos sus conocimientos, en especial a la Mgs. Gabriela Herrera, por compartir su tiempo y ayuda para realizar la investigación.

Al Señor Enrique Chiriboga propietario de la empresa Cuyera Andina por su ayuda y colaboración para realizar el desarrollo del proyecto, quien siempre supo estar muy presto para brindar la información necesaria.

A todos aquellos que de forma directa o indirecta me brindaron su ayuda para realizar y culminar con éxito el proyecto de investigación y la carrera profesional.

Karina Díaz L.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR-----	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL-----	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS-----	iv
AUTORÍA-----	v
RESUMEN-----	vi
ABSTRACT-----	vii
DEDICATORIA-----	viii
AGRADECIMIENTO-----	ix
INTRODUCCIÓN-----	xxii
CAPITULO I-----	2
1. MARCO TEÓRICO-----	2
1.1 El cuy-----	2
1.1.1 Reseña histórica	2
1.1.2 Descripción zoológica	2
1.1.3 Características	3
1.1.3.1 Comportamiento.....	3
1.1.3.2 Morfológicas.....	3
1.1.4 Tipo de cuyes.....	5
1.1.4.1 Clasificación por conformación	5
1.1.4.2 Clasificación por pelaje	6
1.1.4.3 Clasificación por coloración del pelaje	8
1.1.5 Tipo de crianza.....	9
1.1.5.1 Familiar	9
1.1.5.2 Comercial	10
1.1.6 Ciclo de reproducción.....	11

1.1.7 Alimentación de cuy	14
1.1.8 Sanidad en cuyes.....	15
1.1.8.1 Concepto.....	15
1.1.8.2 Importancia	15
1.1.8.3 Enfermedades del cuy.....	15
1.1.8.3.1 Enfermedades infecciosas	15
1.1.8.3.2 Enfermedades parasitarias	16
1.1.9 Proceso de faenamiento del cuy	18
1.2 Internacionalización de la empresa.....	19
1.2.1 Concepto.....	19
1.2.2 Formas de internacionalización.....	19
1.2.3 Exportación	23
1.2.3.1 Importancia	23
1.2.3.2 Ventajas y desventajas	23
1.2.4 Trámites de exportación.....	24
1.2.5 Arancel aduanero	25
1.2.5.1 Concepto.....	25
1.2.5.2 Tipos	25
1.2.6 Barreras arancelarias	26
1.2.7 Barreras no arancelarias	27
1.2.8 Incoterms	31
1.2.8.1 Concepto.....	31
1.2.8.2 Tabla de incoterms 2010.....	33
1.2.9 Preferencias arancelarias.....	33

1.2.9.1 S.G.P. Estados unidos - Ecuador (sistema generalizado de preferencias)	33
CAPITULO II	34
2. DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO	34
2.1 DIAGNÓSTICO	34
2.1.1 Antecedentes	34
2.1.2 Objetivos del diagnóstico	36
2.1.2.1 Objetivo general	36
2.1.2.2 Objetivos específicos	36
2.1.3 Variables diagnósticas	37
2.1.4 Indicadores diagnósticos.....	37
2.1.5 Matriz de relación diagnóstica.....	39
2.1.6 Mecánica operativa	41
2.1.6.1. Información primaria.....	41
2.1.6.2. Información secundaria	42
2.1.7 Tabulación y análisis de la información.....	42
2.1.7.1 Encuesta realizada a Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”.....	42
2.1.7.2 Entrevista realizada al Propietario de la empresa Cuyera Andina	50
2.1.7.3 Observación	56
2.1.8 Análisis FODA.....	57
2.2.1 Estructura del mercado	61
2.2.1.1 Perfil.....	61
2.2.1.2 Marco político	62
2.2.1.3 Economía	64

2.2.2	Análisis de la demanda	65
2.2.2.1	Comportamiento de la demanda	65
2.2.2.2	Proyecciones de la demanda	66
2.2.2.3	Principales países importadores	68
2.2.3	Análisis de la oferta	69
2.2.3.1	Identificación arancelaria.....	69
2.2.3.2	Oferta a nivel internacional.....	70
2.2.3.3	Oferta a nivel nacional.....	71
2.2.3.4	Oferta a nivel local.....	72
2.2.3.5	Oferta de cuy de la empresa Cuyera Andina	73
2.2.3.6	Proyecciones de la oferta del principal competidor internacional	74
2.2.3.7	Proyección de la producción nacional	76
2.2.3.8	Proyección de la oferta de la empresa	77
2.2.3.9	Competencia Internacional.....	78
2.2.3.10	Competencia Nacional y Local	79
2.2.4	Estimación de la demanda insatisfecha de Estados Unidos	80
CAPITULO III	82
3	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	82
3.1	Localización de la empresa	82
3.2	Propuesta administrativa	83
3.2.1	Nombre de la empresa.....	83
3.2.2	Logotipo	83
3.2.3	Slogan.....	83
3.2.4	Objetivos de la empresa	83

3.2.4.1	Objetivo general.....	83
3.2.4.2	Objetivos específicos.....	84
3.2.5	Misión.....	84
3.2.6	Visión	84
3.2.7	Políticas de la empresa.....	85
3.2.8	Organigrama estructural	85
3.2.9	Estructura funcional y perfil de talento humano	86
3.2.9.1	Requerimiento de personal.....	92
3.3	Propuesta operativa	93
3.3.1	Proceso productivo	93
3.3.2	Flujograma del ciclo reproductivo y faenado del cuy	96
3.3.3	Infraestructura y equipamiento.....	97
3.3.3.1	Plano de la empresa.....	97
3.3.3.2	Equipamiento.....	98
3.4	Propuesta de exportación	102
3.4.1	Producto.....	103
3.4.1.1	Descripción del producto	103
3.4.2	Proceso de exportación	104
3.4.2.1	Identificación arancelaria	104
3.4.2.2	Requisitos para exportar.....	104
3.4.2.3	Trámite aduanero	106
3.4.2.4	Declaración aduanera de exportación	108
3.4.2.5	Flujograma de exportación	110
3.4.3	Logística de exportación	111

3.4.3.1	Envase.....	111
3.4.3.2	Embalaje.....	112
3.4.3.3	Etiquetado.....	113
3.4.3.4	Marcado de las cajas.....	115
3.4.3.5	Incoterms.....	116
3.4.3.6	Medio de transporte.....	117
3.4.4	Requisitos para el ingreso a mercados internacionales.....	118
3.4.4.1	Barreras arancelarias.....	118
3.4.4.2	Barreras no arancelarias.....	119
3.4.5	Canal de comercialización.....	120
3.4.5.1	Selección del canal de comercialización.....	121
3.4.6	Modalidad de pago internacional.....	122
3.4.7	Promoción y publicidad.....	123
3.4.8	Precio.....	126
3.4.9	Plaza.....	126
3.5	Propuesta legal.....	127
3.5.1	Modelo de minuta de constitución de compañía limitada.....	128
CAPÍTULO IV		130
4.	Estudio financiero.....	130
4.1.2.	Inversión Fija.....	130
4.1.3.	Inversión Variable.....	133
4.2	Costos de Producción.....	133
4.3.	Gastos.....	134
4.3.1	Gastos de Constitución.....	134

4.3.2. Gastos Administrativos.....	135
4.3.3. Sueldos y Salarios	136
4.3.4. Detalle Gastos de Exportación.....	142
4.3.5. Gastos Unitarios.....	143
4.3.6. Determinación del Precio de Exportación	143
4.4. Estructura del Financiamiento.....	144
4.4.1. Datos del Financiamiento.....	144
4.4.2. Amortización de la Deuda	145
4.5. Determinación Costo de Capital.....	147
4.6. Cálculos de la Depreciación.....	148
4.7. Determinación de los Presupuestos.....	148
4.7.1. Presupuesto de Ventas	148
4.7.2. Presupuesto de Costos.....	149
4.7.3. Presupuesto de Gastos.....	150
4.7.3.1 Gastos Administrativos.....	150
4.7.3.2. Gatos de Exportación.....	151
4.8. Depreciaciones	151
4.9. Estados Financieros.....	152
4.9.1 Estado de Resultados	152
4.9.2. Balance General	153
4.9.3 Flujo de Efectivo.....	154
4.10. Evaluación Económica del Proyecto	154
4.10.1. Valor Presente Neto (VPN)	154
4.10.2. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)	155

4.10.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)	156
4.11. Pun-to de Equilibrio	157
4.11.1. Margen de Contribución	158
4.11.2. Punto de Equilibrio por Unidades Físicas.....	158
4.11.3. Punto de Equilibrio por Unidades Monetarias	159
CONCLUSIONES GENERALES -----	160
RECOMENDACIONES -----	161
BIBLIOGRAFÍA-----	162
ANEXOS-----	172

Índice de tablas

Tabla 1: Indicadores diagnósticos.....	37
Tabla 2: Matriz de relación diagnóstica.....	39
Tabla 3: Conocimiento acerca del cuy	42
Tabla 4: Importación actual	43
Tabla 5: Disposición a importar y comercializar carne de cuy.....	44
Tabla 6: Volumen de carne de cuy	44
Tabla 7: Frecuencia para realizar la importación de carne de cuy	45
Tabla 8: Precio a pagar por el producto	46
Tabla 9: Presentación de la carne de cuy.....	46
Tabla 10: Facilidad de acceso al producto	47
Tabla 11: Acogida de la carne de cuy en supermercados	47
Tabla 12: Requisitos especiales para la calidad.....	48
Tabla 13: Términos de negociación.....	49
Tabla 14: Forma de pago.....	50
Tabla 15: F.O.D.A.	57
Tabla 16: Estrategias, FA - FO - DA - DO	58
Tabla 17: Perfil del mercado de Estados Unidos.....	61
Tabla 18: Descripción de la partida arancelaria 0208.90	65
Tabla 19: Valores importados por los principales mercados de destino de la carne de cuy.....	65
Tabla 20: Proyecciones de las importaciones de Estados Unidos para la carne de cuy.....	67
Tabla 21: Principales países importadores.....	68
Tabla 22: Descripción de la partida arancelaria 0208.90	69
Tabla 23: Valores ofertados a Estados Unidos por el principal competidor Internacional de carne de cuy	70
Tabla 24: Cantidades ofertadas por los principales competidores nacionales de carne de cuy.....	71
Tabla 25: Cantidad de la producción de cuy ofertada por comunidades localizadas en los diferentes cantones de la provincia de Imbabura	72
Tabla 26: Cantidades ofertadas de carne de cuy por la empresa Cuyera Andina	74
Tabla 27: Proyecciones de las exportaciones de carne de cuy por parte de principal país competidor Perú hacia Estados Unidos.	74
Tabla 28: Proyecciones de la producción nacional	76
Tabla 29: Proyecciones de las unidades comercializadas por la empresa	77

Tabla 30: Proyección consumo aparente Estados Unidos de carne de cuy	80
Tabla 31: Demanda Insatisfecha	81
Tabla 32: Requerimiento de personal.....	93
Tabla 33: Arancel aplicado por Estados Unidos de América a la partida arancelaria 020890	118
Tabla 34: Determinación precio unitario.....	126
Tabla 35: Inversión inicial	130
Tabla 36: Inversión fija	131
Tabla 37: Inversión variable	133
Tabla 38: Costos de producción.....	134
Tabla 39: Gastos de constitución	135
Tabla 40: Gastos administrativos	136
Tabla 41: Rol de pagos año 1	137
Tabla 42: Rol de pagos año 2	138
Tabla 43: Rol de pagos año 3	139
Tabla 44: Rol de pagos año 4	140
Tabla 45: Rol de pagos año 5	141
Tabla 46: Gastos de exportación.....	142
Tabla 47: Seguro de transporte	142
Tabla 48: Determinación de gasto unitario	143
Tabla 49: Determinación precio unitario.....	144
Tabla 50: Estructura del financiamiento	144
Tabla 51: Datos del financiamiento.....	145
Tabla 52: Amortización de la deuda	145
Tabla 53: Costo de capital	147
Tabla 54: Depreciación	148
Tabla 55: Presupuesto de ventas.....	149
Tabla 56: Presupuesto de costos	149
Tabla 57: Gastos administrativos	150
Tabla 58: Gastos de exportación.....	151
Tabla 59: Depreciaciones	151
Tabla 26: Estado de resultados	152
Tabla 61: Balance General.....	153
Tabla 62: Flujo de Efectivo	154
Tabla 63: Valor presente neto.....	155
Tabla 64: Período de Recuperación de la Inversión	156
Tabla 65: Tasa interna de retorno	156
Tabla 66: Punto de equilibrio.....	157
Tabla 67: Margen de contribución.....	158

Tabla 68: Punto de Equilibrio por Unidades Físicas	158
Tabla 69: Punto de Equilibrio por Unidades Monetarias	159

Índice de figuras

Figura 1: Tabla de Incoterms 2010	33
Figura 2: Localización de la provincia de Imbabura	82
Figura 3: Localización de la empresa Cuyera Andina	82
Figura 4: Logotipo de la empresa Cuyera Andina	83
Figura 5: Organigrama estructural	86
Figura 6: Flujograma del ciclo reproductivo y faenado del cuy	96
Figura 7: Plano de la empresa	97
Figura 8: Oficinas de la empresa.....	97
Figura 9: Galpón.....	98
Figura 10: Planta de faenamiento	98
Figura 11: Equipamiento.....	99
Figura 12: Carne de cuy congelado y empacado al vacío	103
Figura 13: Valor nutricional de la carne de cuy.....	104
Figura 14: Registro de exportador en ECUAPASS	105
Figura 15: Declaración aduanera de exportación.....	109
Figura 16: Flujograma de exportación.....	111
Figura 17: Características del envase	112
Figura 18: Características del embalaje.....	113
Figura 19: Modelo de etiqueta	115
Figura 20: Marcado de las cajas.....	116
Figura 21: Canal de comercialización elegido.....	122
Figura 22: Flujograma para la apertura de la carta de crédito.	122
Figura 23: Facebook de la empresa	124
Figura 24: Página web de la empresa.....	124

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo la exportación de carne de cuy congelado y empacado al vacío desde la empresa Cuyera Andina ubicado en el cantón Urcuquí hacia Estados Unidos, tomando en cuenta los diversos requerimientos de este país para que el producto pueda ingresar sin ninguna dificultad.

Se optó por este producto debido a la demanda insatisfecha que existe en este mercado y que es ocasionada principalmente por compatriotas ecuatorianos y Sur americanos quienes son los principales demandantes de este producto ya que el cuy es un animal originario de la zona andina y su consumo en esta región es elevado.

En el capítulo 1, se detalla los puntos teóricos de mayor importancia acerca del proyecto como son una reseña histórica, características del cuy y su producción además de conceptos referentes a la exportación así mismo se detalla los aspectos de formas de pago internacional, maneras de internacionalización de la empresa, entre otros.

El capítulo 2, está conformado por el diagnóstico donde se analiza la información de fuentes primarias como son las encuestas realizadas a los posibles clientes, además de la entrevista realizada al propietario de la empresa así mismo se identifica las diferentes fuentes de información secundaria igualmente este capítulo está integrado por el estudio de mercado dirigido a Estados Unidos, país en el cual existe la posibilidad de ingresar con el producto debido a la demanda insatisfecha generada por la población latina radicada en esta nación.

El capítulo 3 se centra en la ingeniería del proyecto donde se indica la manera cómo la empresa Cuyera Andina estará instaurada, al igual que se muestra el organigrama estructural y las funciones.

Dentro del capítulo 4 se encuentra el respectivo estudio financiero que nos permite conocer los diferentes ingresos, egresos e indicadores económicos al cual estará sujeto el proyecto, obteniendo así resultados favorables para la empresa.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 EL CUY

1.1.1 Reseña histórica

El cuy (cobayo o curí) es un mamífero roedor originario de la zona andina de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, el cual constituye un producto alimenticio de alto valor nutricional que contribuye a la seguridad alimentaria la F.A.O - Food and Agriculture Organization of the United Nations (s.f.) afirma que:

El cuy fue domesticado hace 2 500 a 3 600 años. En estudios realizados se encontraron abundantes depósitos de excretas de cuy, casi todas las casas tenían un cuyero (Tallo, citado por Moreno, 1989). que muestran la importancia que tenía este animal en la alimentación humana.

El hallazgo de pellejos y huesos de cuyes enterrados con restos humanos en las tumbas de América del Sur son una muestra de la existencia y utilización de esta especie en épocas precolombinas (P s-n).

1.1.2 Descripción zoológica

Según datos presentados por el INIAP - Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (s.f.) describe la zoología del cuy de la siguiente forma:

- Reino: Animal
- Phylum: Vertebrata
- Sub – Phylum: Gnathostomata
- Clase: Mammalia (Mamífero, sangre caliente, piel cubierta de pelos)
- Sub – clase: Theria (Mamífero vivíparo)
- Infra – clase: Eutheria
- Orden: Rodentia
- Sub – orden: Hystricomorpha
- Familia: Caviidae (Roedor con dos mamas)
- Género: Cavia
- Especie: Cavia cobaya

1.1.3 Características

1.1.3.1 Comportamiento

Los cuyes se aprecian por su temperamento tranquilo, que se logra con el manejo intensivo al que son expuestos; algunas líneas albinas se seleccionan por su mansedumbre. El cuy como productor de carne ha sido seleccionado por su precocidad y su prolificidad, e indirectamente se ha tomado en cuenta su mansedumbre. Sin embargo, se tiene dificultad en el manejo de los machos. Hacia la décima semana inician las peleas que lesionan la piel, bajan sus índices de conversión alimenticia y las camas de crecimiento muestran una flexión. Las hembras muestran mayor docilidad por lo que se las puede manejar en grupos de mayor tamaño F.A.O. - Food and Agriculture Organization of the United Nations, (s.f.)

1.1.3.2 Morfológicas

Para Zaldívar el cuerpo del cuy es alargado y cubierto de pelos desde el nacimiento. Los machos desarrollan más que las hembras, por su forma de caminar y ubicación de los testículos no se puede diferenciar el sexo sin coger y observar los genitales (s.f.).

A continuación, se describen las partes del cuerpo de los cuyes:

➤ **Cabeza**

Relativamente grande en relación a su volumen corporal, de forma cónica y de longitud variable de acuerdo al tipo de animal. Las orejas por lo general son caídas, aunque existen animales que tienen las orejas paradas porque son más pequeñas, casi desnudas, pero bastante irrigadas.

Los ojos son redondos vivaces de color negro o rojo, con tonalidades de claro a oscuro.

El hocico es cónico, con fosas nasales pequeños, el labio superior es partido, mientras que el inferior es entero, sus incisivos alargados con curvatura hacia dentro, crecen continuamente, no tienen caninos y sus molares son amplios. El maxilar inferior tiene las apófisis que se prolongan hacia atrás hasta la altura del axis.

➤ **Cuello**

Grueso, musculoso y bien insertado al cuerpo, conformado por siete vértebras de las cuales el atlas y el axis están bien desarrollados.

➤ **Tronco**

De forma cilíndrica y está conformada por 13 vértebras dorsales que sujetan un par de costillas articulándose con el esternón, las 3 últimas son flotantes.

➤ **Abdomen**

Tiene como base anatómica a 7 vértebras lumbares, es de gran volumen y capacidad.

➤ **Extremidades**

En general cortas, siendo los miembros anteriores más cortos que los posteriores; ambos terminan en dedos, provistos de uñas cortas en los anteriores y grandes y gruesas en las posteriores. El número de dedos varía desde 3 para los miembros posteriores y 4 para los miembros anteriores. Siempre el número de dedos en las manos es igual o mayor que en las patas.

1.1.4 Tipo de cuyes

El INIAP - Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias establece la clasificación del cuy en base a la conformación, forma y longitud del pelo y tonalidad de pelaje que el cuy mantiene (s.f.):

1.1.4.1 Clasificación por conformación

➤ **Tipo A:**

Corresponden a cuyes mejorados que tienen una conformación enmarcada dentro de un bloque, clásico en las razas productoras de carne. La tendencia es producir animales que tengan una buena longitud, profundidad y ancho.

Esto expresa el mayor grado de desarrollo muscular, fijado en una buena base ósea. Son de temperamento tranquilo, responden eficientemente a un buen manejo.

➤ **Tipo B:**

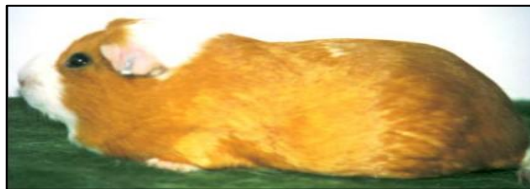
Se caracteriza a los cuyes de forma angulosa, su cuerpo tiene poca profundidad y con desarrollo muscular escaso.

La cabeza es triangular y alargada, tienen mayor variabilidad en el tamaño de la oreja; es muy nervioso, lo que hace dificultoso su manejo.

1.1.4.2 Clasificación por pelaje

➤ **Tipo 1**

Es de pelo corto, lacio y pegado al cuerpo, es el más difundido y caracteriza al cuy peruano productor de carne. Se encuentran de colores simples claros, oscuros o combinados. Es el que tiene el mejor comportamiento como productor de carne.



➤ **Tipo 2**

Es de pelo corto, lacio, pero forma rosetas o remolinos a lo largo del cuerpo, es menos precoz. Está presente en poblaciones de cuyes criollos, existen de diversos colores.

No es una población dominante, por lo general en cruzamiento con otros tipos se pierde fácilmente. Tiene buen comportamiento como productor de carne.



➤ **Tipo 3**

Su pelo es largo y lacio, presentan dos subtipos que corresponde al tipo 1 y 2 con pelo largo, así tenemos los cuyes del subtipo 3-1 presentan el pelo largo, lacio y pegado al cuerpo, pudiendo presentar un remolino en la frente.

El subtipo 3-2 comprende a aquellos animales que presentan el pelo largo, lacio y en rosetas. Está poco difundido, pero bastante solicitado por la belleza que muestra. No es buen productor de carne. Por lo cual se lo utiliza como mascota.



➤ **Tipo 4**

Su principal característica es la de presentar el pelo ensortijado sobre todo al nacimiento, ya que esta característica se va perdiendo a medida que el animal desarrolla, tornándose en erizado, este cambio es más prematuro cuando la humedad relativa es alta.

Su forma de cabeza y cuerpo es redondeada, de tamaño medio. Tiene una buena implantación muscular y con grasa de infiltración, el sabor de su carne destaca a este tipo; la variabilidad de sus parámetros productivos y reproductivos le da un potencial como productor de carne.



1.1.4.3 Clasificación por coloración del pelaje

Existen dos tipos de pigmentos que dan coloración al pelaje de los cuyes, estos son: el granular y el difuso.

El pigmento granular tiene tres variantes: el rojo, marrón y negro, los dos últimos se encuentran también en la piel dándole un color oscuro.

El pigmento difuso se encuentra entre el color amarillo pálido a marrón rojizo, estos pigmentos fueron encontrados en la capa externa del pelo, se encuentra completamente formados y siempre en asociación con pigmentos granulados.

Los cambios de tonalidades de color como consecuencia de cambios de temperatura en cuyes se aprecian en animales jóvenes, a medida que se acentúa el frío, los colores se oscurecen.

Hay que notar una característica muy particular en el pelo del cuy y es que la base del pelo tiene un color blanco en el caso de los pelajes claros y un poco gris en el caso de pelajes oscuros. Conforme se llega a la punta la coloración del pelo se va acentuando y comienza a aparecer el color que va a presentar la capa del animal INIAP - Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (s.f.).

1.1.5 Tipo de crianza

1.1.5.1 Familiar

Este tipo de crianza de cuyes nace siempre de una crianza familiar organizada, y está circunscrita al área rural en lugares cercanos a las ciudades donde se puede comercializar su producto. Las vías de comunicación facilitan el acceso a los centros de producción, haciendo posible la salida de los cuyes para la venta o el ingreso de los intermediarios. No siempre esta última alternativa es la mejor ya que por lo general ofrecen precios bajos.

Los productores de cuyes invierten recursos económicos en infraestructura, tierra para la siembra de forrajes y mano de obra familiar para el manejo de la crianza.

En este sistema, por lo general se mantienen entre 100 y 500 cuyes, y un máximo 150 reproductoras. Las instalaciones se construyen especialmente para este fin, utilizando materiales de la zona. Toda la población se maneja en un mismo galpón, agrupados por edades, sexo y clase, se mantiene la producción de forraje anexa a la granja, lo cual exige una mayor dedicación de mano de obra para el manejo de los animales como para el mantenimiento.

Este tamaño de explotación demanda mano de obra familiar, y es una forma de generar una microempresa que puede evitar la migración parcial o total de algún miembro de la familia. Un plantel de 150 reproductoras puede producir un mínimo de 900 cuyes para el mercado F.A.O. - Food and Agriculture Organization of the United Nations, (s.f.).

1.1.5.2 Comercial

Es poco difundida y más circunscrita a valles cercanos a áreas urbanas; se trata de la actividad principal de una empresa agropecuaria, donde se trabaja con eficiencia y se utiliza tecnología. La tendencia es a utilizar cuyes de líneas selectas, precoces, prolíficas y eficientes convertidores de alimento. El desarrollo de este sistema contribuirá a ofertar carne de cuyes en las áreas urbanas donde al momento es escasa.

Una granja comercial mantiene áreas de cultivo para siembra de forraje, el uso de alimento balanceado contribuye a lograr una mejor producción. Los índices productivos son superiores a 0,75 crías destetadas/hembras. Produce cuyes que salen al mercado a edades no mayores de 10 semanas, con pesos promedios de 900 g.

Los reproductores y los cuyes de recría se manejan en instalaciones diferentes con implementos apropiados para cada etapa productiva. Los registros de producción son indispensables para garantizar la rentabilidad de la explotación F.A.O. - Food and Agriculture Organization of the United Nations (s.f.).

1.1.6 Ciclo de reproducción

De acuerdo a lo establecido por Ataucusi (2015) el ciclo reproductivo de los cuyes está conformado de la siguiente manera:

➤ **Empadre**

El empadre consiste en agrupar al macho con un peso de 1200gr. o más con la hembra cuando esta se encuentre con un peso base de 700gr. o más. El macho es polígamo, es decir, se debe juntar con 6 a 10 hembras, lo que depende en gran medida del área de la poza.

El macho debe permanecer toda la etapa reproductiva en la poza para aprovechar el celo que se da luego de las 3 a 4 horas post parto. El empadre continuo requiere de una alimentación eficiente y con ello se logra mayor número de crías.

➤ **Gestación**

Esta etapa se inicia con el apareamiento de cuyes:

- a) Dura entre 63 a 70 días, en promedio 67 días.
- b) El tiempo de gestación depende del número de crías en gestación: a mayor número, menor tiempo de gestación.
- c) En la etapa de gestación se debe tener a las hembras en permanente estado de tranquilidad.
- d) En la última etapa de gestación (15 días), no se debe realizar limpiezas profundas ni traslados a otras pozas.
- e) En la primera etapa de gestación, se debe evitar el exceso de alimento para evitar el sobrepeso por el exceso de grasa que repercutirá en el parto.
- f) El cuy debe ser alimentado adecuadamente en cantidad, calidad y oportunidad.

➤ **Parto – Lactancia**

El parto se presenta al final de la gestación.

- a) Las hembras paren sin necesidad de ayuda.
- b) El proceso de parición dura entre 10 a 30 minutos.
- c) El número de crías varía de una a diez, aunque el número más frecuente es de tres a cuatro crías.
- d) Las crías nacen fisiológicamente maduras, con pelo, ojos abiertos y con capacidad para alimentarse solas. La lactación se inicia con la parición o nacimiento de las crías.
- e) Las crías lactan inmediatamente después de nacer, en un promedio de 10 ml/cría/día, el volumen de producción de leche de la cobaya debe oscilar en un promedio de 50 ml en buenas condiciones de alimentación.

- f) Se trata de la primera leche llamada “calostro”, que les confiere la inmunidad y protección contra las enfermedades y ejerce un mejor desarrollo.
- g) En esta etapa es muy importante el empleo de gazaperas que permiten reducir la mortalidad de crías por aplastamiento por los adultos por la competencia por alimento y espacio; a la vez, permite un desarrollo favorable de las crías.
- h) A pesar de tener solo dos pezones, la madre tiene capacidad de dar de lactar a más de dos crías por la buena calidad de su leche.

➤ **Destete – Crecimiento y Engorde**

El destete consiste en separar las crías de la madre con la finalidad de criarlas independientemente.

Se realiza desde que los gazapos tienen catorce días de edad.

La etapa de recría o crecimiento se inicia con el destete.

- a) Se forman lotes de recría homogéneos en peso y separando machos de hembras. En los lotes se colocan de diez a veinte crías de hasta un mes de vida en pozas de 1.5m x 1m de diámetro.
- b) La recría dura desde el destete hasta que estén listos para iniciar la reproducción o para ser comercializados como carne en pie o beneficiados.
- c) El tiempo de duración depende de la calidad genética y manejo. Así, los cuyes con buena base genética engordan en menor tiempo. Esta etapa dura hasta los 75 días, tiempo suficiente para seleccionar los

cuyes que servirán de reemplazo; los machos, las hembras y el resto será seleccionado por la carne.

1.1.7 Alimentación de cuy

De acuerdo a Guerra (2009) la alimentación del cuy puede ser en base a granos, frutos, semillas, pasto. Se puede encontrar algunos tipos de alimentación como son:

➤ **Alimentación con sólo forraje**

El cuy debe recibir forraje verde de adecuada calidad, la cantidad de forraje verde está determinada por la edad, pero se tiene la siguiente regla: 315g de forraje verde al día para un cuy adulto de 90 días.

➤ **Alimentación con forraje verde más concentrado**

En este tipo de alimentación además de proporcionar el forraje verde se administra también concentrado en la cantidad de: 30g al día por poza de reproducción, y de 120g por poza de recría.

➤ **Alimentación con concentrado más vitamina c más agua**

En este tipo de alimentación se debe proporcionar vitamina c y agua a los cuyes la cantidad de concentrado que se suministra es: 20g por animal adulto al día en pozas de reproducción. Y de 80g por animal de recría al día.

1.1.8 Sanidad en cuyes

1.1.8.1 Concepto

La F.A.O - Food and Agriculture Organization of the United Nations. (s.f.) considera la sanidad animal una herramienta necesaria para una producción más sostenible. Los productos de origen animal no sólo representan una fuente de alimentos de calidad, por lo cual la sanidad animal aborda tanto desde la prevención del ingreso de enfermedades, así como también el control y erradicación de enfermedades presentes. Ambas acciones permiten detectar precozmente el ingreso de enfermedades exóticas al país.

1.1.8.2 Importancia

La sanidad en los animales resulta fundamental ya que garantiza la salud pública y la seguridad y abastecimiento de alimentos al igual que contribuye a garantizar la sostenibilidad y competitividad de la producción. Los animales sanos son imprescindibles para la obtención de unos alimentos seguros, de calidad y a precios razonables que satisfagan las necesidades de la población. Plataforma tecnológica española desanidad animal (s.f.)

1.1.8.3 Enfermedades del cuy

1.1.8.3.1 Enfermedades infecciosas

El Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social - FONCODES (s.f.) determina que las enfermedades infecciosas que el cuy presenta son causadas por bacterias, virus y hongos, que producen la muerte de los animales las más frecuentes son las siguientes:

- **Salmonelosis**

Es la más peligrosa, porque produce mayor mortalidad y se contagia por las heces de los cuyes, o por otros animales portadores como ratas y ratones. Los animales con esta enfermedad pierden el apetito, tienen anemia, jadeo, diarrea y parálisis de los miembros posteriores. Si la enfermedad ataca a la cría, la infección es grave.

➤ **Neumonía**

Se presenta por los cambios bruscos de temperatura, humedad y corrientes de aire afecta a los cuyes mal alimentados. Los cuyes enfermos botan moco por la nariz, tienen poco apetito y respiran con dificultad.

➤ **Linfadenitis:**

Es una enfermedad causada por microorganismos y puede producir infecciones en la nariz, oídos y en las vías respiratorias, ocasionando bronquitis y neumonía. A los cuyes con esta enfermedad, le salen bultos al costado del cuello o debajo de la cabeza.

1.1.8.3.2 Enfermedades parasitarias

Este tipo de enfermedad es causado por parásitos externos e internos, para el Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social - FONCODES (s.f.) los determina de la siguiente manera:

➤ **Parásitos externos**

Son aquellos que viven en el pelo y piel del cuy, dentro de los cuales se encuentran:

a) Piojos:

Chupan la sangre, otros sólo mascan la piel causando pérdida de peso.

b) Pulgas:

Chupan la sangre, y pueden ser contagiados por perros y gatos.

c) Sarna:

Es producida por un ácaro, ataca a los cuyes de todas las edades.

➤ **Parásitos internos**

Son lombrices y microorganismos que provocan enfermedades en los cuyes, los más comunes son:

a) Alicuya

Es un gusano en forma de hoja que ataca al hígado.

b) Coccidiosis

Es producido por un parásito muy pequeño que está en el intestino grueso de los cuyes.

c) Tenia

Son parásitos planos que se encuentran en los intestinos de los cuyes.

Estos parásitos se transmiten específicamente cuando el cuy consume pasto que se encuentra contaminado.

1.1.9 Proceso de faenamiento del cuy

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

Muñoz & Rubén Narváez (2015) sugieren considerar los siguientes aspectos:

- Los materiales deben ser preferente de acero inoxidable, estarán limpios, lavados y desinfectados.
- El personal deberá contar con la indumentaria correcta y necesaria (mandil, guantes, mascarilla).
- Se realizarán inspecciones periódicas para verificar el correcto funcionamiento de los equipos y estado de los utensilios.
- El lavado de las carcasas se realizará con agua hervida y clorada (1 gota de cloro/lts.) y la preparación de las soluciones para la inmersión de las carcasas con agua hervida y a temperatura ambiente.

1.2 Internacionalización de la empresa

1.2.1 Concepto

Araya (2009) define a la internacionalización de empresas como el resultado de la adopción de una serie de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno.

La internacionalización de empresas consiste en el proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización, es decir, la forma en que la empresa proyecta sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre distintos países.

1.2.2 Formas de internacionalización

GENCAT- Generalitat Catalunya (2012) menciona que cada vez más las empresas se van dando cuenta de la importancia de escoger la internacionalización como estrategia a seguir, no sólo para crecer, sino también para sobrevivir.

➤ Venta directa

La venta directa constituye la forma tradicional de internacionalización. El camino que han seguido las empresas para salir al exterior empieza con una exportación ocasional, sin un proceso activo por parte de la empresa, continua con una exportación más o menos regular, seguida del establecimiento de filiales de venta y, finalmente, algunas empresas acaban instalando filiales de producción en los países dónde tienen mayor éxito exportador.

La venta directa se articulará a través de:

a) Exportación con red propia

La venta directa desde una empresa de un país a otro, con comerciales contratados por la propia empresa.

b) Exportación con agentes a comisión

La empresa contactará con un agente comisionista, normalmente nativo para poder aprovechar sus conocimientos del mercado y su red.

c) Establecimiento de una filial comercial

Como hemos comentado anteriormente, en caso que la exportación a un país sea exitosa, hay la posibilidad de abrir una filial comercial que cubra las operaciones de venta en una zona determinada. Esta opción, obviamente, implicará la incorporación de unos recursos importantes para llevar a cabo la estrategia de internacionalización con garantías de éxito.

d) Establecimiento de una filial de producción

La manera tradicional que demanda de mucha más inversión y, obviamente, de una dosis más alta de riesgo.

➤ **Venta compartida**

La venta compartida entre diversas empresas, a través de acuerdos de cooperación, es la forma que se está extendiendo más como vía de internacionalización. Esta fórmula para abrirse al exterior se caracteriza por el hecho que las diferentes empresas participantes comparten con terceros la soberanía comercial.

Entre las distintas formas de llevar a cabo un acuerdo de venta compartida, podemos destacar:

a) Consorcios y grupos de exportación

Un grupo de empresas se asocia para llevar a cabo una actuación conjunta en otro país. El consorcio y el grupo de exportación comenzará su actividad con una prospección de mercados, para posteriormente efectuar la acción exportadora conjunta de las diferentes empresas asociadas.

b) Acuerdos de piggy backo portage

Supone otra modalidad de cooperación, consistente en que una empresa ponga su canal de ventas en el extranjero a disposición de otra empresa que, a cambio de una comisión, la utilizará para implementar su estrategia de exportación. La ventaja de esta forma de cooperación es que habilita a las empresas muy pequeñas a vender en el mercado internacional sin grandes gastos fijos.

c) Joint venture

Es un acuerdo de cooperación entre dos o más empresas de diferentes países para poner en común sus recursos y conseguir

entrar en un mercado. De esta manera se consigue que, por ejemplo, una de las empresas aporte el conocimiento del mercado y la red de comercialización, mientras que la otra aporta la imagen de marca y la tecnología.

➤ **Venta indirecta**

Esta forma de internacionalización consiste en efectuar la venta en otros mercados utilizando intermediarios externos a la propia empresa.

Se puede efectuar la venta indirecta, entre otros, a través de estos agentes:

a) Importador distribuidor

De esta forma, otra empresa, establecida en el mercado en el que queremos vender, llevará a cabo todo el proceso de distribución de nuestro producto.

b) Trading Company

El trading Company es una empresa especializada en el comercio internacional, que ofrece sus servicios a empresas que no quieren asumir o no quieren una participación activa en los canales de venta internacionales.

c) Oficina de compras

Esta oficina sería la encargada de gestionar las compras a la empresa desde el mercado de destino.

1.2.3 Exportación

1.2.3.1 Importancia

Las exportaciones son importantes porque constituyen una fuente de ingresos adicional de las que se producen con la demanda interna. Permite colocar los productos excedentes en el resto del mundo, obteniendo importantes ingresos para el país. Esta capacidad exportadora es fuente de empleo formal para muchas personas cuyas familias tienen acceso a mejores condiciones de vida. Olmos (2016)

1.2.3.2 Ventajas y desventajas

Group (s.f.) define las siguientes ventajas y desventajas obtenidas de una exportación.

Ventajas

- Acceso a nuevos mercados.
- Desarrollo y crecimiento de la empresa al generar nuevos ingresos.
- Aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- No depende solamente del mercado local.
- Fortalecimiento de la competitividad de los productos en calidad y precio.
- Generación de empleos y de divisas para el país.

Desventajas

- Homologar los productos de acuerdo al país de destino
- Modificación de las características del producto, envase o presentación.
- Existencia de mayor riesgo económico, legal.

1.2.4 Trámites de exportación

De acuerdo a lo dispuesto por PROECUADOR (2016) pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas. Para poder exportar es necesario cumplir los siguientes requisitos para ser exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENAEC:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAEC).

Una vez registrado como exportador, es necesario conocer que todas las exportaciones deben presentar una Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarla según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmite y tramita la exportación.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte

1.2.5 Arancel aduanero

1.2.5.1 Concepto

Lista oficial de mercancías, en la cual aquéllas (mercancías) están estructuradas en forma ordenada y aparecen los derechos arancelarios (ad-valorem y/o específico) frente a cada producto que puede ser objeto de una operación de carácter comercial.

Tarifa oficial, que reviste la forma de ley, que determina los derechos que se han de pagar sobre la importación de mercancías que se establece de conformidad a las necesidades de la economía de un país ALADI - Asociación Latinoamericana de Integración (s.f.)

1.2.5.2 Tipos

De acuerdo a lo establecido por la O.M.C (s.f.) los aranceles se dividen de la siguiente manera:

➤ **Arancel ad – valorem**

Arancel calculado sobre la base del valor de la mercancía importada, expresado en porcentaje de ese valor

➤ **Arancel específico:**

Arancel calculado sobre la base de una unidad de medida como el peso, el volumen, etc., de la mercancía importada.

➤ **Arancel mixto:**

Arancel calculado sobre la base del valor de las mercancías importadas (derecho ad - valorem) O de una unidad de medida de las mercancías

importadas (derecho específico). A menudo se calcula seleccionando el valor más elevado, aunque hay casos en que se elige el más bajo.

1.2.6 Barreras arancelarias

Según PROECUADOR (2016) las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional.

Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevándolos.

Derechos arancelarios:

Estos están previstos en el arancel de importaciones de mercancías y en el caso del Ecuador es la Nomenclatura Andina (NANDINA) y son aplicables para todas las mercaderías comprendidas en el arancel de importaciones.

Sólo hay dos tipos de aranceles, los ad-valorem y los específicos, de ellos se desprenden otras combinaciones:

- **Arancel de valor agregado o ad-valorem**

Es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF).

➤ **Arancel específico**

Se basa en otros criterios como puede ser el peso o por cada kilo de ropa nueva. Es un pago establecido por cada unidad de medida del bien importado.

➤ **Arancel anti-dumping**

Es un arancel que se aplica a la importación de productos que reciben subvenciones de los países donde se producen. Estas subvenciones les permiten exportar por debajo del costo de producción.

➤ **Arancel mixto**

Es el que está compuesto por un ad-valorem y un arancel específico que se gravan simultáneamente a la importación

Arancel de exportación:

Es uno de los tipos de aranceles menos empleado por la mayor parte de los países a nivel mundial, ya que las mercancías exportadas generalmente quedan exentas de todo tipo de derechos arancelarios.

En todo caso, un arancel de exportación determina un derecho arancelario para los productos exportados.

1.2.7 Barreras no arancelarias

De acuerdo a PROECUADOR (2016) las barreras no arancelarias e refieren a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país

determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.

Existen 2 tipos de Barreras no arancelarias:

➤ **Barreras Sanitarias**

Proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.

➤ **Barreras Técnicas**

Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

Principales barreras no arancelarias aplicadas por los países al ingreso de mercancías.

a) **Determinación de precios**

Son precios mínimos y máximos que puede exigirse para el ingreso o egreso de cierto tipo de bienes para protección de una industria.

b) **Medidas compensatorias**

Aquellas utilizadas con el fin de neutralizar cualquier subsidio concedido directa o indirectamente a la fabricación, producción o exportación de cualquier mercancía.

c) Exigencia de porcentaje de contenido nacional

Licencia que se concede con la condición de que el producto que se exporte incluirá un determinado porcentaje de insumos nacionales.

d) Mercancías de prohibida importación

Prohibición incondicional de importar cualquier tipo o clase de mercancías, sin mediar el país de origen.

e) Inspección previa al embarque

Control obligatorio de la calidad, la cantidad y el precio de los productos antes de su embarque en el país exportador, efectuado por la agencia de inspección designada a este efecto por las autoridades del país importador.

f) Licencias automáticas

Aprobación sin reservas de las solicitudes de importación; a veces denominada licencia general, liberal o abierta.

g) Medidas cambiarias

Prácticas de las autoridades monetarias o cambiarias, por las cuales se reglamenta el acceso al mercado cambiario para operaciones de importación.

h) Valores referenciales

Para la fijación del precio de un producto, las autoridades del país de destino tienen en cuenta el precio interno; establecen un precio mínimo y otro máximo o recurren a una determinada cotización del mercado internacional; se utilizan diversos términos, como precios oficiales, precios mínimos de importación, precios mínimos de exportación, precios básicos de importaciones o precios de base a la importación.

i) Medidas financieras

Medidas oficiales por las cuales se determinan las condiciones de pago de las importaciones.

j) Normas técnicas y requisitos de calidad

Reglamentos que establecen requisitos técnicos al producto, sea directamente, sea remitiendo una norma, o especificación técnica o código de conducta; con el objeto de proteger la vida o la salud de las personas, animales y plantas; para proteger el medio ambiente, la fauna y la flora silvestre, etc.

k) Etiquetado de la mercancía

Disposiciones que regulan el tipo y tamaño de los signos que deben estamparse en los embalajes y las etiquetas, y detallan la información que puede o debe proporcionarse al consumidor.

l) Requerimientos sanitarios

Toda medida aplicada con el fin de proteger la salud y la vida de los animales; preservación de vegetales de los riesgos resultantes de la

entrada o propagación de plagas; para proteger la vida y salud de las personas; Incluye medidas como autorizaciones previas, registros sanitarios, certificados sanitarios e inspecciones sanitarias.

m) Restricciones voluntarias de exportación

Es una cuota exigida por el país importador y aceptada por el país exportador con el fin de evitar otras restricciones comerciales.

n) Medidas antidumping

Aquellas utilizadas con el fin de neutralizar el efecto de daño o amenaza de daño causado por la aplicación de prácticas dumping; Dumping es una práctica desleal en el comercio que permite la introducción de productos extranjeros en el país a precios inferiores a su valor normal, causando o amenazando causar perjuicios importantes a una producción existente en el Ecuador o retrasando la creación de otra.

o) Autorizaciones o licencias previas

Licencia de carácter discrecional que depende del criterio de la autoridad expedidora de turno y de acuerdo a la política de cada gobierno, es decir, son requisitos previos, que el importador o exportador debe cumplir antes de iniciar su trámite respectivo de aprobación de su permiso para importar o exportar sus productos, cuya desobediencia acarrea sanciones al infractor.

1.2.8 Incoterms

1.2.8.1 Concepto

De acuerdo a BusinessCol (2017) los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional; también se denominan cláusulas de precio, pues cada termino permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterms influye sobre el costo del contrato.

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional

Los Incoterms ayudan a determinar:

- El alcance del precio.
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte
- Quién contrata y paga el seguro
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

PROEcuador (2015) clasifica a los incoterms de la siguiente manera.:

Cualquier modo o modos de transporte

- EXW (En Fábrica)
- FCA (Franco Porteador)
- CPT (Transporte Pagado Hasta)
- CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)
- DAT (Entregada en Terminal)
- DAP (Entregada en Lugar)
- DDP (Entregada Derechos Pagados)

Transporte marítimo y vías navegables interiores

- FAS (Franco al Costado del Buque)
- FOB (Franco a Bordo)
- CFR (Costo y Flete)
- CIF (Costo, Seguro y Flete)

1.2.8.2 Tabla de incoterms 2010

Figura 1: Tabla de Incoterms 2010

	Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos de manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos de manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Marítimo	■	■	■	■	■	▬	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■ Vendedor ■ Comprador ▬ Vendedor / Comprador

1.2.9 Preferencias arancelarias

1.2.9.1 S.G.P. Estados Unidos - Ecuador (sistema generalizado de preferencias)

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) concede arancel cero o aranceles reducidos a los países beneficiarios. Los países menos desarrollados generalmente reciben tratamiento preferencial para ciertos productos y reducciones arancelarias significativas SICE – Foreign Trade Information System (2017)

De acuerdo a Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Competitividad (s.f.) enfatiza que los principales elementos de la Ley son los siguientes:

- Renueva el SGP hasta el 31 de diciembre de 2017.
- Aplica con efecto retroactivo el SGP y da un plazo de 180 días a los importadores para que reclamen a las aduanas estadounidenses los aranceles pagados a partir del 1 de agosto de 2013, es decir a partir del día siguiente a la expiración de la Ley anterior
- Mantiene inalterable la cobertura de productos con preferencias arancelarias y que superan las 3 mil partidas arancelarias (aproximadamente 2 mil más para países menos adelantados)
- Autoriza expresamente al United States Trade Representative (USTR) a incluir en el SGP un número limitado de productos considerados de viaje, tales como algunos modelos de cartera, portafolios, o mochilas que antes estaban excluidos del programa

CAPITULO II

2. DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1 DIAGNÓSTICO

2.1.1 Antecedentes

Pozo. (2014) define a Ecuador como un país rico y diverso en flora y fauna además posee gran variedad de vida animal como se puede destacar el cavia porcellus que es originario de la región andina y su consumo en esta región es muy elevado debido

a que se considera a la carne de cuy muy saludable, por su alto contenido proteínico y bajo contenido en grasas además su sabor es tan peculiar y exótico que hace de este un producto atractivo a la mayoría de personas que buscan una alimentación diferente y sana, este sector de producción no ha logrado ser aprovechada por las industrias locales, limitando su potencialidad de criar mamíferos nuevos los cuáles no han sido explotados en el área de exportación y muy demandado en el exterior por compatriotas ecuatorianos, latinos y personas amantes de la comida exótica o con un valor cultural.

Es importante aprovechar la producción con la que cuenta la empresa Cuyera Andina, misma que se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Urcuquí dedicada a la crianza y venta de cuyes desde el año 2015. La compañía comenzó con las labores de adecuación de las instalaciones y adquisición de los cuyes denominados pie de cria desde el año 2014, este tiempo fue fundamental para el inicio de la empresa y su adecuado crecimiento, desde entonces se aprecia que dicha entidad ha logrado evolucionar: posee un mayor número de cuyes disponibles para la venta, cuenta con personal calificado quienes ayudan en todo el proceso de producción y la empresa es uno de los responsables de abastecer con su producto a varios lugares como son Chaltura, Amaguaña y Cuenca.

Dicha empresa presenta debilidades como el desconocimiento de los procesos para diversificar su cartera de clientes nacionales por otros en el mercado internacional principalmente Estados Unidos, mercado objetivo para realizar la exportación de carne de cuy; el desconocimiento de la potencialidad de la carne de cuy en otros mercados y, no ha explorado otras alternativas de negocios.

La investigación se enfoca en determinar y analizar toda información recopilada del producto, potencial mercado, empresa productora, la forma de distribución y el entorno al cual se encuentra sujeto la exportación; y los resultados obtenidos servirán para

determinar si Estados Unidos es un mercado competitivo al igual que ayudara a implantar estrategias para alcanzar los objetivos planteados.

Formulación del problema

La problemática surge en el desconocimiento acerca de la posibilidad y los procesos de exportación por parte de la empresa Cuyera Andina para ofrecer el producto en mercados internacionales.

2.1.2 Objetivos del diagnóstico

2.1.2.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional de la empresa “Cuyera Andina” ubicada en el cantón Urcuquí e identificar la posible demanda para la exportación de carne de cuy al mercado estadounidense.

2.1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar las principales características del producto y la capacidad de producción de la empresa Cuyera Andina.
- Conocer la demanda existente en Estados Unidos de carne de cuy.
- Establecer el canal de distribución más adecuado para el proceso de exportación de la carne de cuy.
- Identificar las estrategias más apropiadas de promoción y publicidad adecuado para el mercado estadounidense.

2.1.3 Variables diagnósticas

- **Variable 1.**
Producto
- **Variable 2.**
Demanda.
- **Variable 3.**
Distribución.
- **Variable 4.**
Promoción.

2.1.4 Indicadores diagnósticos

Tabla 1: Indicadores diagnósticos

VARIABLES	INDICADORES
Producto	Características del producto Enfermedades Alimentación Capacidad de producción Proveedores Costos Financiamiento Infraestructura y equipamiento Comercialización Competencia Volumen

Demanda	Producto Precio Frecuencia de compra Termino de negociación Medio de pago Volumen Perfil del consumidor Barreras arancelarias y no arancelarias
Distribución	Mercado meta Canal de distribución Medio de transporte Empaque y embalaje Normas de calidad Tramites de exportación
Promoción	Medios de publicidad. Página web. Ferias.

2.1.5 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 2: Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar las principales características del producto y la capacidad de producción de la empresa Cuyera Andina.	Producción	Características del producto	Entrevista	Propietario empresa Cuyera Andina
		Enfermedades	Encuesta	Propietario empresa Cuyera Andina
		Alimentación	Entrevista	Propietario empresa Cuyera Andina
		Capacidad de producción	Entrevista	Propietario empresa Cuyera Andina
		Proveedores	Entrevista	Propietario empresa Cuyera Andina
		Costos	Entrevista	Propietario empresa Cuyera Andina
		Financiamiento	Entrevista	Propietario empresa Cuyera Andina
		Infraestructura y equipamiento	Entrevista	Propietario empresa Cuyera Andina
		Comercialización	Entrevista	Propietario empresa Cuyera Andina
Conocer la demanda existente en Estados Unidos de carne de cuy.	Demanda	Producto	Encuesta	Supermercado de Estados Unidos
		Volumen	Encuesta	Supermercado de Estados Unidos
		Precio	Encuesta	Supermercado de Estados Unidos
		Frecuencia de compra	Encuesta	Supermercado de Estados Unidos
		Termino de negociación	Encuesta	Supermercado de Estados Unidos
		Medio de pago	Encuesta	Supermercado de Estados Unidos

		Perfil del consumidor	Bibliográfica	Página Web
		Barreras arancelarias y no arancelarias	Bibliográfica	Página Web
Establecer el canal de distribución más adecuado para el proceso de exportación de la carne de cuy.	Distribución	Mercado meta	Entrevista	Propietario empresa Cuyera Andina
		Medio de transporte	Entrevista	Propietario empresa Cuyera Andina
		Canal de distribución	Encuesta	Supermercado de Estados Unidos
		Normas de calidad	Encuesta	Supermercado de Estados Unidos
		Tramites de exportación	Bibliográfica	Página web
		Empaque y embalaje	Bibliográfica	Página web
Identificar las estrategias más apropiadas de promoción y publicidad adecuado para el mercado estadounidense.	Promoción	Medios de publicidad	Encuesta	Propietario empresa Cuyera Andina
		Página web	Encuesta	Propietario empresa Cuyera Andina
		Ferias	Encuesta	Propietario empresa Cuyera Andina

2.1.6 Mecánica operativa

2.1.6.1. Información primaria

➤ Encuesta

La encuesta una técnica imprescindible para conocer el sentir de los posibles clientes, este mecanismo se aplicó durante el periodo comprendido entre el 12 y el 23 de septiembre del 2017, mediante un intermediario quien fue el responsable de efectuar la encuesta a los propietarios o representantes de los supermercados denominados supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market” quienes se encuentra ubicados en Estados Unidos.

➤ Entrevista

La entrevista se la efectuó el día 24 de Julio del 2017, la misma que fue realizada mediante un conversatorio directo el cual tuvo lugar en las instalaciones de la compañía dicha entrevista se la hizo al propietario de la empresa Cuyera Andina Sr. Enrique Chiriboga gerente general, la reunión se la ejecutó con el fin de conocer datos relevantes acerca de las características y proceso productivo de los cuyes, al igual que la evolución y adelanto de la empresa.

➤ Observación

La observación se la realizó de forma directa a las instalaciones de la empresa Cuyera Andina, de tal forma se consiguió conocer la forma de comercialización del cuy en el mercado nacional, además de confirmar la información obtenida a través de la entrevista.

2.1.6.2. Información secundaria

La fuente de información secundaria que es utilizada para el desarrollo de la investigación son páginas web oficiales de entidades gubernamentales como son: ProEcuador, Ministerio de Comercio Exterior, SENA, INIAP, MAGAP además de otros sitios web quienes proporcionan la información necesaria acerca del cuy y los procesos pertinentes para su producción y exportación.

2.1.7 Tabulación y análisis de la información

2.1.7.1 Encuesta realizada a Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Pregunta número 1:

¿Conoce usted al animal denominado cuy (cavia porcellus, guinea pig)?

Tabla 3: Conocimiento acerca del cuy

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
SI	2	100%
NO	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

Tanto el Supermercado International food “Market” como El Torito meat “Market” mencionan en la encuesta realizada que tienen conocimiento acerca del animal denominado cuy y los diferentes usos que se le puede dar a este animal, la forma más

utilizada en Latinoamérica es como una fuente de alimentación, debido a su alto contenido en proteínas.

Pregunta número 2:

¿Actualmente su empresa realiza alguna importación de carne de cuy?

Tabla 4: Importación actual

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
SI	1	50%
NO	1	50%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

Según lo manifestado por representantes de los supermercados como son International food “Market” y El Torito meat “Market”, se descubrió que International food “Market” si realiza importación de este tipo de producto debido a la demanda existente en este mercado, mientras que El Torito meat “Market” expreso que no realiza ninguna importación de carne de cuy a pesar de tener clientes que requieren este tipo de mercancía, sin embargo mantiene la disposición para realizar alguna importación futura. .

Pregunta número 3:

¿Su empresa estaría dispuesto a importar y comercializar carne de cuy desde Ecuador?

Tabla 5: Disposición a importar y comercializar carne de cuy

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
SI	2	100%
NO	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

Los supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market” han manifestado en un 100% que estarían dispuestos a importar y comercializar carne de cuy debido a la demanda existente e insatisfecha, asimismo hacen referencia a que la carne de cuy es un producto representativo de las personas latinoamericanas, quienes son sus principales clientes, los cuales buscan productos característicos de sus países de origen.

Pregunta número 4:

¿Cuál es el volumen de carne de cuy que estaría dispuesto a adquirir?

Tabla 6: Volumen de carne de cuy

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
150 – 200 Unidades	0	0%
201 – 250 Unidades	0	0%
251 – 300 Unidades	1	50%
301 – 350 Unidades	1	50%
Más Unidades	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

Los supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market” según lo manifestado en la encuesta realizada se encuentran dispuestos a realizar la importación de carne de cuy en cantidades que oscilan entre 251 a 300 y de 301 a 350 unidades de carne de cuy, es un artículo muy apetecido dentro de su clientela, asimismo es un producto que no es posible encontrar con facilidad en Estados Unidos, es por ello que se hace referencia a que es una demanda poco atendida.

Pregunta número 5:

¿Con que frecuencia estaría usted dispuesto a realizar la importación de carne de cuy?

Tabla 7: Frecuencia para realizar la importación de carne de cuy

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
Mensual	2	100%
Trimestral	0	0%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

La tendencia de importación de carne de cuy que se conseguirá mantener con los Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market” es de una frecuencia mensual, esto se ve influenciado por varios factores como la cantidad, el tiempo en el cual se lograría vender todas las unidades adquiridas y el número elevado de demandantes radicados en este país, además de considerar a este producto como exótico y muy solicitado por migrantes latinos.

Pregunta número 6:

¿Cuál es el precio que su empresa estaría dispuesto a pagar por este producto?

Tabla 8: Precio a pagar por el producto

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
20 – 25 Dólares	0	0%
26 - 30 Dólares	1	50%
31 – 35 Dólares	1	50%
36 - 40 Dólares	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

Los supermercados en los cuáles se realizó la encuesta determina que el precio más conveniente y el cual ellos estarían dispuestos a pagar por la adquisición de la carne de cuy es la cantidad comprendida entre 26 a 35 dólares por unidad , esto se debe a que el precio es un punto muy importante y que influye en la compra de sus clientes.

Pregunta número 7:

¿Cuál es la presentación de la carne de cuy que usted preferiría?

Tabla 9: Presentación de la carne de cuy

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
Congelada	2	100%
Refrigerada	0	0%
Congelada con Especias	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

Tanto el supermercado International food “Market” como El Torito meat “Market” concuerdan que la presentación ideal del producto es la carne de cuy congelada, ya que de esta forma se puede lograr mantener y conservar de mejor manera la calidad y sabor del producto, evitando así en gran medida la rápida descomposición de la carne.

Pregunta número 8:

La carne de cuy es un producto representativo de Latinoamérica en especial de la zona andina, por lo cual ¿En Estados Unidos la carne de cuy se encuentra con facilidad?

Tabla 10: Facilidad de acceso al producto

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
SI	0	0%
NO	2	100%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

Los supermercados encuestados manifiestan que adquirir este producto en Estados Unidos no es muy fácil; ya que no se encuentran lugares que logren producir y vender carne de cuy con gran facilidad, sin embargo también señalan que existen lugares que expende este tipo de carne, pero son limitados y los precios que mantienen son exorbitantes, por lo tanto existe dificultad para adquirir este producto.

Pregunta número 9:

Según su criterio ¿Cree usted que la carne de cuy tendría acogida en su supermercado?

Tabla 11: Acogida de la carne de cuy en supermercados

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
SI	2	100%
NO	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

De acuerdo a lo manifestado por los Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market” creen que este producto si tendría acogida en su supermercado debido a que su principal clientela son personas provenientes de Latinoamérica, quienes buscan productos procedentes de sus países de origen, además, de que los pocos lugares que expendan este producto son muy reducidos y el precio que establecen para este artículo es muy alto.

Pregunta número 10:

¿Su empresa cuenta con requisitos especiales propios de la compañía con respecto a la calidad del producto? ¿Cuáles son?

Tabla 12: Requisitos especiales para la calidad

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
SI	0	0%
NO	2	100%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

Según lo mencionado por los supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market” no cuentan con requerimientos especiales implantados o establecidos

dentro de cada una de estos supermercados, sin embargo, coinciden que si realizan control de calidad a los productos que adquieren, pero son con los requisitos normalmente exigidos por cualquier empresa como son registros sanitarios que garantice que el producto se encuentra en óptimas condiciones para ser consumido, al igual que es necesario la factura comercial y correcto etiquetado de la mercancía.

Pregunta número 11:

¿Usted qué términos de negociación (incoterms) prefiere al momento de realizar la importación de carne de cuy?

Tabla 13: Términos de negociación

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
EXW (En Fábrica)	0	0%
FCA (Franco Porteador)	0	0%
CPT (Transporte Pagado Hasta)	0	0%
CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)	2	100%
DAT (Entregada en Terminal)	0	0%
DAP (Entregada en Lugar)	0	0%
DDP (Entregada Derechos Pagados)	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market” manifiestan en la encuesta realizada que los términos en los cuales estarían dispuestos a efectuar la

negociación y los cuales creen que son los más convenientes para las partes involucradas son CIP (transporte y seguro pagado hasta), término mayormente utilizado en las negociaciones donde los riesgos son compartidos entre las 2 partes.

Pregunta número 12:

¿Qué forma de pago usted seleccionaría para realizar la transacción de dicha negociación?

Tabla 14: Forma de pago

Respuesta	Acumulado	Porcentaje
Carta de crédito	2	100%
Transferencia Bancaria	0	0%
Cobranzas Documentales	0	0%
Pago anticipado	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”

Análisis:

Tanto el Supermercado International food “Market” como El Torito meat “Market” coinciden en un 100% que la forma de pago más adecuada y por la cual optarían es la carta de crédito, medio que brinda mayor seguridad al momento de realizar una transacción, de esta manera el exportador asegura el pago acordado y el importador tiene la garantía de recibir la mercancía solicitada, reduce en gran medida los inconvenientes como el retraso de pago o el incumplimiento con la mercancía requerida.

2.1.7.2 Entrevista realizada al Propietario de la empresa Cuyera Andina

1. ¿Cuántos años se encuentra la empresa Cuyera Andina presente en el mercado nacional?

La empresa se encuentra presente en el mercado Ecuatoriano con la venta de cuyes desde el año 2015.

2. ¿Cómo ha sido la evolución de la empresa desde su comienzo?

La empresa comenzó con las operaciones desde el año 2014, pero en este año no existió la producción de cuy, debido a que se lo dedico a adecuar la infraestructura, a preparar la siembra de alfalfa y pasto tropical que se utilizarían para la alimentación del cuy y además se realizó la adquisición del pie de cría. En el año 2015 es en el cual se comenzó la venta del cuy vivo, en la actualidad se entrega cuyes vivos y faenados, esta actividad de faenamamiento se la realiza fuera de las instalaciones de la empresa es decir se paga a una empresa dedicada al proceso de faenamamiento quien es la encargada de este proceso.

3. De las variedades de cuyes que existen en el mercado ¿Qué tipo de cuy específicamente produce la empresa?

La empresa como tal maneja como raza el cuy criollo mejorado, tipo A1 los cuales son específicamente de colores claros y pelo liso, esto se debe a que la gente no les gusta los cuyes de colores oscuros porque manifiestan que al momento de su preparación el cuero del cuy es un poco duro.

4. ¿Cuál es la forma de alimentación para cuyes utilizada en la empresa?

La empresa maneja una formula elaborada en las instalaciones para alimentar a los cuyes, consiste en forraje; compuesto por un 80% de alfalfa, 10% pastos tropicales y el 10% de balanceado, el cual está compuesto por maíz, soya, afrecho de trigo, palmiste, vitaminas, aceite de palma, melaza.

5. Existen enfermedades a las cuales los cuyes se encuentran expuestos por lo tanto ¿Cuenta con personal calificado que brinde y asegure la sanidad del animal?

Lo que la empresa trata es de prevenir que los cuyes contraigan alguna enfermedad, pero dado el caso se trata de curar al cuy y la empresa cuenta con el personal calificado que garantiza la sanidad del animal, contamos con la colaboración de un veterinario quien se encuentra en la empresa 3 días a la semana además de un veterinario residente quien labora todos los días en la empresa.

6. ¿Qué insumos usted necesita para la producción de cuyes?

Los insumos que se necesita para la producción de cuyes son forraje, balanceados, desinfectantes para las instalaciones, viruta la cual es utilizada para formar las camas de los cuyes, antibióticos, pero estos no se los utiliza con gran frecuencia ya que solo son necesarios cuando existen cambios de temperatura.

7. ¿Quiénes son sus principales proveedores y como realiza el control de calidad?

Nuestros principales proveedores son los que nos proporcionan la materia prima para los balanceados, el control de calidad que la empresa maneja para verificar el estado de los productos adquiridos consisten en: verificación visual, prueba de laboratorio la cual se realiza cada 3 meses donde se envía a un laboratorio para constatar que los productos con los cuales se elabora el alimento tengan una excelente calidad y la forma en la que los cuyes engordan.

8. ¿Cuál es la producción con la que cuenta actualmente? ¿Considera usted que puede abastecer el mercado internacional y a cuánto podría ampliar su capacidad de producción?

Por el momento la empresa cuenta con la producción de 6000 madres, y 20000 cuyes disponibles para la venta, en caso de recibir propuestas para exportar se consideraría incrementar la producción de madres a 8000, dando, así como resultado la capacidad para abastecer pedidos internacionales.

La empresa maneja un promedio de 4 cuyes paridos por cada una de las madres y de los cuales un 97% del total sobreviven y son destinados a la crianza, engorde y comercialización,

9. De acuerdo a la producción ¿Qué meses son en los que existe mayor y menor número de cuyes para ser comercializados?

La venta de cuyes es estable, pero los meses en los que la empresa vende mayor número de cuyes son Diciembre y Mayo, específicamente el día de la madre y las fechas donde existe una leve disminución son los meses de Septiembre y Noviembre.

10. ¿Cuáles son los lugares donde comercializa su producto?

La empresa realiza la venta de cuyes vivos a restaurantes ubicados en Chaltura y Amaguaña además de que se realiza la venta de cuyes faenados y refrigerados los cuales son enviados a Cuenca.

11. ¿Cuál es la forma en la que usted comercializa el producto?

La forma en la que se entrega son cuyes vivos y faenados, los cuyes vivos son llevados en gavetas y de los cuyes faenados la empresa delegada de este

proceso se encarga de llevarlos ya que ellos mismo se ocupan de consolidar la carga y transportarlos.

12. ¿Cuál es el sistema que la empresa utiliza para trasladar el producto al cliente?

Los clientes quienes se encuentran en Chaltura y Amaguaña se encargan de su traslado, vienen a la empresa, los compran y se los llevan al igual que otros clientes quienes se interesan por los cuyes vienen a las instalaciones, pero a los clientes que se encuentran en Cuenca es necesario su envío y de esto se encarga la empresa con la cual trabajamos para el proceso de faenamiento, son ellos los encargado de faenar, enfriar y consolidar la carga con la de otros vendedores de cuyes y enviar a Cuenca.

13. ¿Cómo es la forma en la que usted promociona sus productos?

La forma en que la empresa se maneja para esta actividad es dando a conocer el producto personalmente, ir a los restaurantes de Chaltura llevando una muestra y dando una degustación, y de ahí se utiliza el mecanismo voz a voz además de esta forma también se utiliza una página en la red social de Facebook que ha tenido una buena aceptación.

14. ¿Cuál es el costo de producción y el precio de venta en el que comercializa el cuy?

El costo para producir un cuy de 1500 gramos es de \$ 7 dólares y el precio de venta es de 10.50 dólares

15. ¿Su empresa tiene capacidad de endeudamiento?

Si tiene la capacidad para endeudarse en lo que es para ampliar la infraestructura es decir para la construcción de un nuevo galpón, a pesar de que por el momento la empresa se encuentra endeudada con préstamos a largo plazo.

16. ¿Cuál es la infraestructura y equipamientos con la que usted cuenta actualmente para la crianza de cuyes?

La empresa cuenta con 8 galpones de los cuales 4 son galpones para reproducción y 4 galpones para engorde, además se cuenta con 25 hectáreas de alfalfa sembrada y 4 hectáreas de pasto tropical, también se posee 1 tractor, 2 cortadoras de pasto, 1 carretón recolector y 2 carretones, al igual que cuenta con 16 personas que trabajan en la empresa.

17. ¿Cree usted que existe la posibilidad de ampliar la infraestructura para implementar el proceso de faenamiento y la posible exportación de carne de cuy?

Si existe la posibilidad de ampliar nuestra infraestructura para así poder exportar, la empresa como tal en la actualidad posee 2 opciones las cuales son pagar a una empresa por el servicio de faenamiento y refrigeración o implementar esta actividad dentro de la empresa.

18. ¿Usted conoce el proceso necesario para realizar una exportación?

El conocimiento para un proceso de exportación es general, ya que no se cuenta con un conocimiento amplio acerca del proceso específico que se necesita seguir para realizar exportaciones esencialmente de cuy.

19. Según su criterio ¿Cuál cree usted que es el factor que impide a la empresa exportar a mercados internacionales?

Según mi criterio los factores que influyen al momento de querer exportar es el tema financiero, además el desconocimiento de los requisitos y certificados específicos que se necesitan al momento de exportar.

20. ¿Qué opina usted acerca de realizar exportaciones de carne de cuy a Estados Unidos?

Para la empresa en si sería una gran oportunidad dar a conocer nuestros productos a nivel internacional y Estados Unidos me parece que es un país importante ya que se concentra la mayor parte de gente latinoamericana en especial quienes consumen cuyes.

2.1.7.3 Observación

Mediante la técnica de observación se pudo identificar importantes aspectos de la producción de cuyes, los mismos que se encuentran a continuación:

- La empresa cuenta con una amplia extensión de tierras donde es evidente que se encuentra sembrado alfalfa y pastos tropicales los cuales sirven como alimento para estos animales, además existe la cantidad necesaria de suelo donde la empresa puede realizar las ampliaciones que se requieran, para la producción de cuyes.
- La empresa se preocupa mucho por la sanidad de los cuyes es por ello que cuenta con personal calificado, quienes ayudan a mantener la salud y calidad excelente de estos animales, son profesionales con experiencia y alto conocimiento en crianza de cuyes.

- Las instalaciones cuentan con los equipamientos necesarios para la crianza de los cuyes, se encuentran en óptimas condiciones y son apropiadas para que estos animales se desarrollen con una excelente calidad.
- La empresa cuenta con una fórmula de alimentación desarrollada dentro de esta compañía, de tal forma que verifica continuamente la calidad de este producto para así prevenir las enfermedades que contraen los cuyes por el consumo de alimentos.

2.1.8 Análisis FODA

Tabla 15: F.O.D.A.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura y equipamiento adecuado y en óptimas condiciones • Capacidad de producción • Mano de obra calificada. • Sistema de alimentación propio. • Buen control en la materia prima adquirida y en la calidad del producto final • Proveedores competentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en el área de exportación • Falta de investigación de mercado. • Carece de material publicitario. • Cuentas por pagar.
Oportunidades	Amenazas

<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del estado Ecuatoriano para las exportaciones. • Mayor concentración de población Latina en Estados Unidos quienes son los principales consumidores de carne de cuy. • Mercado con poca oferta de carne de cuy. • Favorables condiciones para la producción del cuy. • Creación de consorcios de exportación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de datos exactos y específicos proporcionados por las entidades pertinentes sobre la producción, manejo de cuyes y exportación de carne de cuy en el Ecuador. • Inestabilidad política y económica en Ecuador y Estados Unidos • Regulaciones legales que afecten a la empresa • Comercialización de productos sustitutos a la carne de cuy. • Los bancos no conceden créditos fácilmente o sus tasas de interés son altas. • Mayor facilidad de ingreso al mercado por parte de la competencia extranjera especialmente productos provenientes de Perú.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabla 16: Estrategias, FA - FO - DA - DO

	Amenazas	Oportunidades
--	-----------------	----------------------

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la mano de obra calificada con la que cuenta la empresa, debido a que el personal posee un amplio conocimiento y una profunda investigación acerca del cual contribuirá a reducir la falta de información con respecto a estos datos • Aprovechar la infraestructura, equipamiento y capacidad de producción con el objetivo de aumentar la participación en el mercado extranjero. • Perfeccionar de manera continua los procesos de producción con la finalidad de obtener un producto de excelente calidad y competitivo en el mercado, de tal manera se podría reducir en gran medida los riesgos de inestabilidad económica o regulaciones legales que se presenten. • Utilizar las condiciones óptimas con las que cuenta la empresa para poder obtener el financiamiento pertinente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr penetrar el mercado Estadounidense gracias al apoyo que brinda el estado Ecuatoriano a las exportaciones. • Aprovechar la capacidad de producción con la que cuenta la empresa para así incrementar la participación en el mercado extranjero el cual no se encuentra saturado con la oferta de este producto. • Beneficiarse de la concentración de personas latinas en este mercado para así poder ofertar y lograr mayor acogida de nuestro producto, el cual cuenta con una excelente calidad en el proceso de producción y el bien final que se obtiene.
-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Crear material publicitario idóneo de la carne de cuy, el cual logre atraer clientes, de tal forma incrementar la participación en el mercado Estadounidense. • Minimizar costos incensarios u optimizar los recursos de la empresa para no proporcionarle mayor ventaja a la competencia. • Superar la falta de experiencia en el área de exportación, puede ser mediante la pertinente investigación del tema y la respectiva guía o la contratación de personal experto en el tema, medios que ayuden a generar la exportación de carne de cuy. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acoger el apoyo que el estado Ecuatoriano brinda a las exportaciones mediante las diversas entidades, con la finalidad de encontrar información necesaria y precisa acerca del mercado objetivo. • Aprovechar las condiciones favorables de la producción de cuy, para así generar rentabilidad y de tal manera liquidar las cuentas por pagar que mantiene la empresa. • Encontrar la forma más adecuada para promocionar la carne de cuy, de tal manera el cliente conozca nuestro producto. • Beneficiarse de la creciente creación de consorcio de exportación para así ganar mayor experiencia y conocimiento en el área de exportación.
--------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.2 Estudio de mercado

2.2.1 Estructura del mercado

2.2.1.1 Perfil

Tabla 17: Perfil del mercado de Estados Unidos

Nombre oficial	Estados Unidos de América
Capital	Washington D.C
Forma de gobierno	República federal Constitucional
Lenguaje oficial	Inglés
Población	323.995.528 (estimada Julio 2016)
Tasa de crecimiento anual de la población	0.81% (estimada 2016)
Superficie	9,833,517 km ²
Moneda oficial	Dólar Estadounidense
PIB	USD \$ 18.56billones (estimado 2015)
PIB per cápita	USD \$ 57,300 (estimado 2016)

Fuente: The World Factbook

Santander (2017) menciona que Estados Unidos posee la primera economía del mundo, delante de China, y está recién emergiendo de su peor recesión desde los años 1930. Gracias a un plan de estímulo presupuestario y monetario de largo alcance, la economía se ha recuperado.

Estados Unidos es una república federal basada en la democracia representativa con la separación de poderes entre las ramas del gobierno. Estados Unidos se compone de 50 estados semisoberanos que disfrutan de una gran autonomía.

De acuerdo a la Oficina del Censo de Estados Unidos (U.S. Census Bureau), la mayoría de los estadounidenses son de origen europeo o de Medio Oriente, representando a más del 77% de la población. Además, más del 17% de la población tiene raíces hispanas o latinas, 13% son afroamericanos, y alrededor del 5% son asiáticos. Los Nativos Americanos y Nativos de Alaska constituyen alrededor del 1% de la población y los Nativos de Hawái y otras islas del Pacífico representan al 0,2% de la población. Santander (2017).

2.2.1.2 Marco político

Santander (2017). define el sistema político de Estados Unidos de la siguiente manera:

➤ **Forma de gobierno:**

Estados Unidos es una república federal basada en la democracia representativa con la separación de poderes entre las ramas del gobierno. Estados Unidos se compone de 50 estados semi soberanos que disfrutan de una gran autonomía.

➤ **El poder ejecutivo:**

El Presidente es el Jefe de Estado, comandante en jefe de las fuerzas armadas y la cabeza del gobierno; es elegido por un colegio de representantes (que son elegidos directamente de cada estado) para desempeñar el cargo durante un período de cuatro años. El Parlamento comprueba estos poderes. El gabinete es designado por el Presidente con la aprobación del Senado.

➤ **El poder legislativo:**

La legislatura es bicameral en los Estados Unidos. El parlamento consiste del Senado (cámara alta) y la Cámara de Representantes (cámara baja). El Senado tiene el poder de confirmar o rechazar las designaciones presidenciales y de ratificar tratados.

La Cámara de Representantes sólo ostenta el derecho a iniciar proyectos de ley, aunque pueden ser modificadas o rechazadas por el Senado.

El Presidente puede vetar la legislación aprobada por el Congreso. El Congreso puede anular el veto con las dos terceras partes de los votos.

➤ **Principales partidos políticos:**

Estados Unidos posee un sistema bipartidista:

Partido Demócrata: progresista en el plano social, favorece la intervención del gobierno para regular la economía de mercado.

Partido Republicano: conservador en el plano social, defiende el capitalismo liberal, e insiste en la defensa nacional.

➤ **Líderes políticos en el poder:**

Presidente: Donald J. Trump (desde el 20 de enero de 2017): Partido Republicano.

Vicepresidente: Michael (Mike) Pence (desde el 20 de enero de 2017) - Partido Republicano.

➤ **Próximas fechas electorales:**

Presidenciales: noviembre de 2020

Congreso: noviembre de 2018

2.2.1.3 Economía

Santander (2017). mediante la siguiente informacion da a conocer la situacion economica que Estados Unidos presenta.

La economía Estadounidense se ha recuperado y el crecimiento se elevó a 2,6% del PIB en 2015, estimulado por el consumo privado, las bajas tasas de interés y el dinamismo de la creación de empleos.

La actividad se ralentizó en 2016 (1,6%), debido a una baja de la inversión y el consumo. Se espera un repunte en 2017 (2,2%), pero el alcance de la aceleración dependerá de la credibilidad del programa económico del nuevo presidente Donald Trump.

El sector agrícola americano es sin lugar a dudas uno de los más grandes del mundo sin embargo representa únicamente 1,3% del PIB americano y emplea a 1,6% de la población activa. Este sector se caracteriza por una alta productividad y por el uso de tecnologías modernas. Estados Unidos es uno de los principales productores de maíz, soja, carne de res y algodón.

Estados Unidos es un país muy industrializado por lo tanto el sector industrial representa más de 20% del PIB e incluye una gran variedad de actividades. Las más importantes son la fabricación de maquinaria eléctrica y electrónica, de productos

químicos y maquinaria industrial, así como el sector agroalimentario y automotriz. También es líder mundial en el sector aeroespacial y en la industria farmacéutica.

La abundancia de recursos naturales ha convertido al país en líder en la producción de varios minerales y le permite mantener una producción diversificada. Así, es también el mayor productor mundial de gas natural líquido, aluminio, electricidad y energía nuclear, y el tercer productor mundial de petróleo.

La economía americana se basa fundamentalmente en los servicios. El sector terciario representa más de tres cuartos del PIB y emplea a más de 80% de la mano de obra.

2.2.2 Análisis de la demanda

2.2.2.1 Comportamiento de la demanda

➤ Producto:

Tabla 18: Descripción de la partida arancelaria 0208.90

Sección I	Animales vivos y producto del reino vegetal.
Capítulo 02	Carne y despojo comestible.
Partida sistema armonizado 02.08	Los demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados, congelados.
Sub partida regional 0208.90.00	Los demás.

Fuente: Arancel de importaciones integral del Ecuador

➤ Partida Arancelaria:

0208.90

Tabla 19: Valores importados por los principales mercados de destino de la carne de cuy

Importadores	Valor importado en 2014 (Valor en miles de dólares)	Valor importado en 2015 (Valor en miles de dólares)	Valor importado en 2016 (Valor en miles de dólares)
Estados Unidos	46472	45780	45082
Japón	2395	2125	2180
Otros países	173	307	299
Total	36594	25783	25234

Fuente: Minagri(s.f.) - Mazuelos (s.f.)

Análisis

Los valores generados por las importaciones de los principales demandantes con respecto a la carne de cuy muestran que Estados Unidos es el principal país que adquiere este producto, asimismo se puede observar que los valores importados van disminuyendo con el transcurso de los años, desde el año 2014 al año 2016 el valor importado consiguió disminuir en cantidades no muy significativas, respecto a Japón y los demás países se puede mencionar que las importaciones de carne de cuy mantienen variaciones leves en los tres años. La disminución y variaciones en los valores pueden ser producto de cambios políticos, temas económicos, sociales, sin embargo, se piensa que las importaciones son un eje fundamental y dinamizador de las economías de los países que proveen estos productos.

2.2.2.2 Proyecciones de la demanda

Para el cálculo de las proyecciones con respecto a la oferta y la demanda se trabajó con el método de mínimos cuadrados, las cantidades que se muestran en (x) y (y) están sujetas a valores representados por miles de dólares.

En el cálculo de las siguientes proyecciones se hizo uso de la siguiente ecuación:

Ecuación: $y = a + bx$

Para obtener los datos de a – b se utilizaron las siguientes formulas.

$$a = \frac{\Sigma y}{n}$$

$$b = \frac{\Sigma x.y}{\Sigma x^2}$$

Tabla 20: Proyecciones de las importaciones de Estados Unidos para la carne de cuy

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS					
Años	x	Importaciones (y) (valores en miles de dólares)	x.y	x ²	y ²
2014	-1	46472	-46472	1	2159646784
2015	0	45780	0	0	2095808400
2016	1	45082	45082	1	2032386724
TOTAL	0	137334	-1390	2	6287841908

A partir de la información anterior se dependen los siguientes parámetros:

a=	$a = \frac{137334}{3}$	45778
b=	$b = \frac{-1390}{2}$	-695
y=	45778+(-695X)	

PROYECCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS			
Años	Tiempo	Ecuación	Importaciones (valores en miles de dólares)
2017	2	$45778+(-695)*2$	44388

2018	3	45778+(-695)*3	43693
2019	4	45778+(-695)*4	42998
2020	5	45778+(-695)*5	42303
2021	6	45778+(-695)*6	41608

Análisis:

Para las proyección realizada se utilizaron datos acerca de Estados Unidos ya que es el país al cual nuestro producto y la investigación se dirige, además es uno de los principales países que realiza importaciones de carne de cuy, el valor de las importaciones efectuadas desde el año 2014 hasta el 2016 cuenta con un leve descenso en el transcurso de este tiempo; no obstante, las proyecciones realizadas prevén que desde el año 2017 al 2021 el valor importado por Estados Unidos continuará con ligeras disminuciones, esta situación puede ser causada por situaciones, migratorias, políticas, económicas, sociales, las cuales contribuyen a la reducción de las importaciones, es importante dar énfasis a que el descendimiento producido no es grave ya que las cantidades mostradas no cuentan con rangos muy altos en la disminución.

2.2.2.3 Principales países importadores

Tabla 21: Principales países importadores

Importadores
Estados Unidos
Japón
Suecia
Noruega
Alemania

Fuente: Andina (2013) – Gestión (2017) - La república (s.f.) – MINAGRI(2013)

Análisis:

De acuerdo a la información encontrada en varios sitios de noticias y páginas web se logró establecer los principales países que adquieren carne de cuy; dentro de los cuales se encuentra y se destaca la participación de Estados Unidos quien es el principal país demandante de este producto, esto se debe al hecho de mantener una gran población de migrantes latinoamericanos, seguido por Japón quien también adquiere este tipo de carne pero en menor proporción, es conveniente mencionar que los países Europeos como son Suecia, Noruega y Alemania también demandan la carne de cuy pero en cantidad más reducida debido a que es un mercado que recientemente se está explorando.

2.2.3 Análisis de la oferta

2.2.3.1 Identificación arancelaria

Es indispensable determinar la respectiva partida arancelaria del producto que se pretende ofertar ya que su correcta clasificación permite obtener el arancel correspondiente así mismo puede ayudar a identificar las restricciones o regulaciones al cual se encuentre expuesta la mercancía.

➤ Producto:

Tabla 22: Descripción de la partida arancelaria 0208.90

Sección I	Animales vivos y producto del reino vegetal.
Capítulo 02	Carne y despojo comestible.

Partida sistema armonizado 0208	Los demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados, congelados.
Sub partida regional 0208.90.00	Los demás.

Fuente: Arancel de importaciones integral del Ecuador

➤ **Partida Arancelaria:**

0208.90

2.2.3.2 Oferta a nivel internacional

Tabla 23: Valores ofertados a Estados Unidos por el principal competidor Internacional de carne de cuy

Exportadores	Valor Exportado en 2010 (Valor en miles de dólares FOB)	Valor Exportado en 2011 (Valor en miles de dólares FOB)	Valor Exportado en 2012 (Valor en miles de dólares FOB)	Valor Exportado en 2013 (Valor en miles de dólares FOB)	Valor Exportado en 2014 (Valor en miles de dólares FOB)
Perú	49.430,48	60.516,48	83.274,75	75.424,04	105.186,70

Fuente: Consultoría (s.f.)

Análisis

Es importante conocer el crecimiento que conserva en las exportaciones nuestro principal competidor internacional ya que esto ayudará a conocer la magnitud o alcance que esta nación mantiene con nuestro país de destino y con el producto que

pretendemos ofertar además que contribuye a determinar si la carne de cuy es aceptada en este mercado. El valor de las exportaciones correspondientes a la carne de cuy por parte de nuestro principal competidor presentan una algunas variaciones en su evolución, debido a que en el transcurso de los 5 años han existido incrementos y leves disminuciones en estos valores, por lo cual desde el año 2010 hasta el año 2012 las exportaciones de Perú reflejaron su continuo crecimiento, pero en el año 2013 se muestra una ligera disminución en los valores exportados esto puede ser consecuencia de factores como acceso a mercados, políticas implementadas por los gobiernos, temas económicos o ingreso de nuevos competidores, sin embargo en el año 2014 las exportaciones lograron aumentar de una manera muy favorable para este país ya que los valores registrados representan un mayor número que los años pasados; este incremento pudiese significar que existe mayor consumo de cuy o que Perú se está expandiendo y abarcando mucho más mercado.

2.2.3.3 Oferta a nivel nacional

Tabla 24: Cantidades ofertadas por los principales competidores nacionales de carne de cuy

Productores nacionales	Valor Exportado en 2010 (Unidades)	Valor Exportado en 2011 (Unidades)
Azuay	1044487	1661998
Chimborazo	812943	1165515
Cotopaxi	498178	606575
Otras provincias	2711411	3165912
Total	5067049	6600000

Fuente: Baños (2010) - Líderes (2017) - Hora (2017)

Análisis

Ecuador es un país andino, por ende, es productor de cuyes ya que estos animales son originarios de esta región, de acuerdo a la información encontrada en diferentes medios de comunicación y sitios web se logró establecer que provincias son las que

mantienen mayor número de producción y por consiguiente determinar cuál de ellas es la que mantienen una mayor oferta a nivel nacional; de acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que Azuay es la provincia que mantiene el mayor número de estos animales y quien durante estos dos años ha tenido un crecimiento considerable, no obstante es pertinente mencionar que Chimborazo y Cotopaxi son también consideradas unas de las provincias con mayor producción y crecimiento durante el periodo 2010 – 2011 sin embargo poseen una escala menor que Azuay.

2.2.3.4 Oferta a nivel local

Tabla 25: Cantidad de la producción de cuy ofertada por comunidades localizadas en los diferentes cantones de la provincia de Imbabura

Cantones	Número de unidades producidas en comunidades de la provincia de Imbabura (Año 2014)
Otavalo	8045
Pimampiro	19590
Cotacachi	6750
Urcuquí	200
Ibarra	5530
Total	80230

Fuente: MAGAP

Análisis

La información proporcionada por el MAGAP zona 1 determina la cantidad de cuyes existentes en las comunidades de los diferentes cantones pertenecientes a la provincia de Imbabura los cuales se considerarían competidores locales, se puede observar que el cantón Pimampiro es el cual mantiene la máxima participación en la obtención de

cuyes seguido por Otavalo, Cotacachi e Ibarra quienes poseen también una mayor intervención en este sector, asimismo es preciso mencionar que Urcuquí posee la menor participación con un número muy reducido de cuyes a comparación de la producción que existe actualmente en este cantón.

Sin embargo, es importante indicar que los datos encontrados pertenecen al año 2014 información más actualizada que posee el Magap por el momento, de acuerdo a lo manifestado por los funcionarios de esta entidad mencionan que para el caso de Urcuquí existe la posibilidad de que los datos recolectados solo pertenecen a pequeños productores o a la vez la reproducción de cuyes desde el 2014 hasta el 2017 haya sido rápida ya que se conoce la facilidad de reproducción que mantiene este animal.

2.2.3.5 Oferta de cuy de la empresa Cuyera Andina

Cuyera Andina es una empresa que está en el mercado desde el año 2014, sin embargo, es importante indicar que este tiempo la empresa se enfocó en la adquisición de crías, selección de madres, mejoramiento, adecuación de las instalaciones, implementación de las áreas donde se sembraría los alimentos para los animales, una vez que la empresa alcanzo la infraestructura e implementos necesarios comenzó con la venta de cuyes desde el año 2015

Tabla 26: Cantidades ofertadas de carne de cuy por la empresa Cuyera Andina

Empresa	Cantidad comercializada Año 2014 (unidades)	Cantidad comercializada Año 2015 (unidades)	Cantidad comercializada Año 2016 (unidades)
Cuyera Andina	0	14300	16600

Fuente: Cuyera Andina (2017)

Análisis:

Cuyera Andina no cuenta con datos sobre las ventas del año 2014 por los demás de educación de la empresa, pero durante los años 2015 – 2016 la empresa comenzó a ofrecer su producción donde se puede observar que existe un crecimiento importante en las ventas, esto se debe a que el cuy es un animal de fácil reproducción y rápido crecimiento. Cabe resaltar que los datos proporcionados son de las ventas realizadas y no del total de la producción ya que del total de animales obtenidos se separan los pie de cría y futuras madres.

2.2.3.6 Proyecciones de la oferta del principal competidor internacional

Tabla 27: Proyecciones de las exportaciones de carne de cuy por parte de principal país competidor Perú hacia Estados Unidos.

EXPORTACIONES DEL PRINCIPAL COMPETIDOR					
Años	X	Exportaciones (y)	x.y	x²	y²
2010	-2	49.430,48	-98860,96	4	2443372353
2011	-1	60.516,48	-60516,48	1	3662244352
2012	0	83.274,75	0	0	6934683988
2013	1	75.424,04	75424,04	1	5688785810
2014	2	105.186,70	210373,4	4	11064241857

Total	0	373832,45	126420	10	29793328359
-------	---	-----------	--------	----	-------------

A partir de la información anterior se desprenden los siguientes parámetros:

a=	$a = \frac{373832,45}{5}$	74766,49
b=	$b = \frac{126420}{10}$	12642
y=	74766,49+(12642X)	

PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL PRINCIPAL COMPETIDOR			
Años	Tiempo	Ecuación (y)	Exportaciones
2015	3	74766,49+12642(3)	112692,49
2016	4	74766,49+12642(4)	125334,49
2017	5	74766,49+12642(5)	137976,49
2018	6	74766,49+12642(6)	150618,49
2019	7	74766,49+12642(7)	163260,49
2020	8	74766,49+12642(8)	175902,49
2021	9	74766,49+12642(9)	188544,49

Análisis

Al ser Perú un país sudamericano líder en producción y exportación de carne de cuy y principal competidor es indispensable conocer la evolución que mantendrá con relación a la carne de cuy ya que nos brindara indicadores del consumo, de cómo crecerá este país en exportaciones, además que nos ayudará a entender a la competencia, es así que Perú en el lapso comprendido entre el año 2010 al 2014 muestran que su evolución ha tenido pequeñas variaciones en el transcurso de este periodo donde el valor importado ha decrecido al igual que ha incrementado, de igual forma, las proyecciones muestran que desde el año 2015 al 2021 Perú registrará en

sus valores exportados un incremento continuo el cual le será favorable y nos servirá como guía de que Estados Unidos conservará la demanda de cuy.

2.2.3.7 Proyección de la producción nacional

Tabla 28: Proyecciones de la producción nacional

PRODUCCIÓN NACIONAL					
Años	X	Oferta (y)	x.y	x ²	y ²
2010	-1	5067049	-5067049	1	2,5675E+13
2011	1	6600000	6600000	1	4,356E+13
TOTAL	0	11667049	1532951	2	6,9235E+13

A partir de la información anterior se desprenden los siguientes parámetros:

a=	$a = \frac{11667049}{2}$	5833525
b=	$b = \frac{1532951}{2}$	766476
y=	5833525+(766476X)	

PROYECCIÓN PRODUCCIÓN NACIONAL			
Años	Tiempo	Ecuación	Producción (Unidades)
2012	2	5833525+766476(2)	7366476
2013	3	5833525+766476(3)	8132951
2014	4	5833525+766476(4)	8899427
2015	5	5833525+766476(5)	9665902
2016	6	5833525+766476(6)	10432378
2017	7	5833525+766476(7)	11198853

2018	8	5833525+766476(8)	11965329
2019	9	5833525+766476(9)	12731804
2020	10	5833525+766476(10)	13498280
2021	11	5833525+766476(11)	14264755

Análisis

Ecuador es uno de los productores de cuyes y las cantidades obtenidas durante los años 2010 y 2011 indican su crecimiento significativo, no obstante, las proyecciones realizadas prevén que desde el año 2012 al año 2021 las cantidades producidas en el país incrementará consecutivamente esto se debe a que este animal mantiene un ciclo reproductivo muy activo y se puede obtener mayor cantidad de producto, el cual se destinará a la venta tanto local, nacional y posiblemente internacional.

2.2.3.8 Proyección de la oferta de la empresa

Tabla 29: Proyecciones de las unidades comercializadas por la empresa

UNIDADES COMERCIALIZADAS POR CUYERA ANDINA					
Años	X	Oferta (y)	x.y	x ²	y ²
2015	-1	12300	-12300	1	151290000
2016	1	15600	15600	1	243360000
TOTAL	0	27900	3300	2	394650000

A partir de la información anterior se desprenden los siguientes parámetros:

a=	$a = \frac{27900}{2}$	13950
b=	$b = \frac{3300}{2}$	1650
y=	13950+(1650X)	

PROYECCIÓN DE UNIDADES COMERCIALIZADAS			
Años	Tiempo	Ecuación	Comercialización (unidades de cuyes)
2017	2	13950+1650(2)	17250
2018	3	13950+1650(3)	18900
2019	4	13950+1650(4)	20550
2020	5	13950+1650(5)	22200
2021	6	13950+1650(6)	23850

Análisis

Cuyera Andina es una empresa que fue creada en el año 2014 con el fin de ofertar cuyes y quien a partir del año 2015 empezó la comercialización de esta especie a nivel local y nacional, el número de cuyes vendidos en el periodo 2015 – 2016 muestra el crecimiento que la empresa ha conseguido al obtener mayor número de unidades ofertadas, así mismo, las proyecciones indican que la empresa con el transcurso del tiempo alcanzará aumentar sus ventas de una manera considerable y favorable para la compañía.

2.2.3.9 Competencia Internacional

El cuy es un animal originario de la región andina y el cual se produce en los territorios como son Ecuador, Perú, Bolivia, Colombia y su consumo es muy habitual, de acuerdo a la investigación realizada en diferentes sitios como son La república (s.f.), DePerú.com, (2006), Diario uno (2015) se logró determinar que estos países son los principales productores, también se consiguió establecer que Perú es la nación líder en producción y exportación, quien ha logrado establecer agroindustrias para explotar este animal y comercializarlo aprovechando la ayuda brindada por su gobierno y la

demanda existente por parte de compatriotas latinoamericanos radicados en otros países como son Estados Unidos, país al cual se destina la mayor parte de carne de cuy, debido al gran porcentaje de migrantes provenientes de Sur América y principales demandantes; los demás países productores de cuy prefieren mantener su oferta para consumo nacional o quizá no han logrado exportar por motivos como puede ser el desconocimiento, por ende Perú, se convierte en el máximo fabricante y exportador de carne de cuy.

2.2.3.10 Competencia Nacional y Local

Acorde al censo agropecuario realizado por el MAGAP se puede determinar que la provincia de Azuay es la que cuenta con mayor producción de cuyes esto se debe a que es la fuente principal de ingresos de esta localidad asimismo tiene el máximo apoyo de la prefectura de Azuay quien pretende reactivar la economía de las familias mediante la explotación de este producto es por ello que cuenta con el Plan cuy, así lo menciona El Universo (2016) es por ello que se puede indicar que el principal competidor a nivel nacional es la provincia de Azuay.

Mientras que la competencia que surge a nivel local se encuentra en el Cantón Pimampiro, de acuerdo a los datos proporcionado por el MAGAP zona 1 señala que el mayor número de cuyes se encuentran en este lugar.

Es decir que la competencia a la cual nos debemos enfrentar a nivel nacional es la provincia del Azuay así mismo se puede decir que el cantón Pimampiro es el principal competidor local.

2.2.4 Estimación de la demanda insatisfecha de Estados Unidos

Tabla 30: Proyección consumo aparente Estados Unidos de carne de cuy

Años	Consumo Nacional Aparente	Producción Nacional	Importación	Exportación
2017	537988	0	537988,31	0
2018	581868	0	581868,04	0
2019	625748	0	625747,77	0
2020	669628	0	669627,5	0
2021	713507	0	713507,23	0

Análisis

El cuadro mostrado constituye el consumo nacional aparente de Estados Unidos, así mismo indica la producción nacional y las exportaciones realizadas las cuales tienen un valor de 0 ya que el producto que se pretende ofertar en este mercado es innato de la zona andina y su consumo es principalmente por personas provenientes de esta región, es por ello que no se registran datos de la producción carne de cuy dentro de Estados Unidos, igualmente se puede establecer que existe una gran cantidad de consumo, por lo tanto se puede determinar que existe una potencial demanda insatisfecha de carne de cuy.

Tabla 31: Demanda Insatisfecha

Años	CNA Per capita	CNA	Población de Latinos radicados en Estados Unidos	Consumo por persona al año kl	Demanda Insatisfecha kl	Población por edades (18-64 AÑOS)	Demanda estratificada 2- 4 personas / hogares	Demanda total insatisfecha kl	Demanda que la empresa pretende cubrir kl 0,15%
2017	0,00929	537988	57.935.796	0,500	0,491	35440544	16463503	8078872	12118
2018	0,00996	581868	58.405.076	0,500	0,490	35727612	16596857	8133080	12200
2019	0,01063	625748	58.878.157	0,500	0,489	36017006	16731292	8187828	12282
2020	0,01128	669628	59.355.070	0,500	0,489	36308744	16866815	8243121	12365
2021	0,01192	713507	59.835.847	0,500	0,488	36602844	17003436	8298962	12448

Fuente: American Fact Finder (2017) - CIA (2017) - El economista américa (2016)

Análisis

De acuerdo a la investigación realizada se logró determinar que la demanda insatisfecha es de 0,500 kilogramos por persona, en la población de latinos radicados en Estados Unidos, es por ello que la pretensión de nuestro proyecto es contribuir con el 0,15% de esta demanda insatisfecha, tomando en cuenta el número el número de unidades que pretende enviar anualmente, el peso de cada unidad y el crecimiento anual de la empresa por lo cual se puede establecer los kilogramos con los que se contribuirá a la demanda insatisfecha además que constituiría una oportunidad de mercado para la empresa.

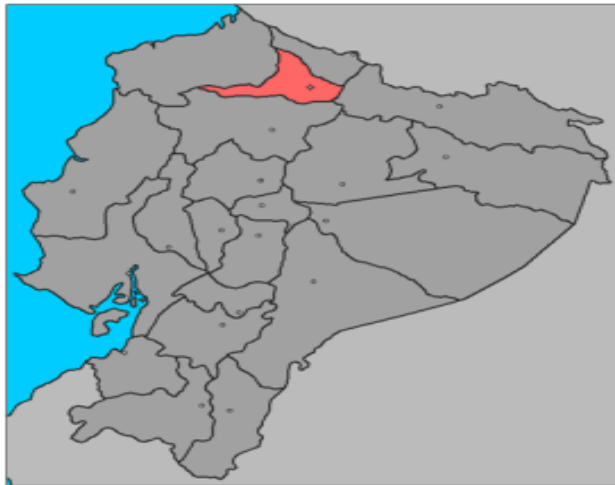
CAPITULO III

3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.1 Localización de la empresa

La empresa Cuyera Andina se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, vía al Cantón Urcuquí, en la comunidad denominada Coñaqui, Km 2 Imantag.

Figura 2: Localización de la provincia de Imbabura



Fuente: Camila Rodríguez (s.f.)

Figura 3: Localización de la empresa Cuyera Andina



Fuente: Google Maps (s.f.)

3.2 Propuesta administrativa

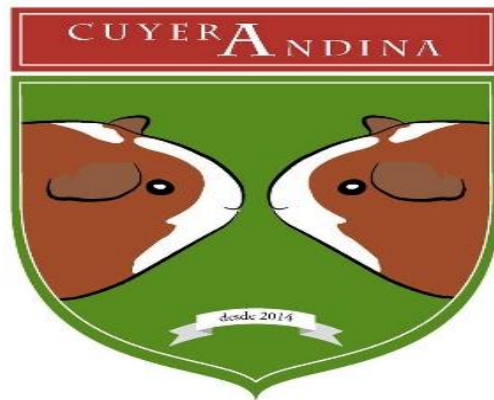
3.2.1 Nombre de la empresa

Cuyera Andina CIA Ltda

3.2.2 Logotipo

El logotipo con el cual se maneja la empresa Cuyera Andina es el siguiente:

Figura 4: Logotipo de la empresa Cuyera Andina



Fuente: Empresa Cuyera Andina

3.2.3 Slogan

El mejor sabor de la carne en tu paladar

3.2.4 Objetivos de la empresa

3.2.4.1 Objetivo general

Producir y comercializar cuyes de raza criollo mejorado A1 de excelente calidad y en óptimas condiciones para su consumo, de tal forma que logre satisfacer las expectativas y necesidades de nuestros clientes.

3.2.4.2 Objetivos específicos

- Mantener como filosofía interna de la empresa el apoyo a la investigación en cuanto se refiera a cuyes.
- Incrementar el número de lugares donde se comercializan nuestros productos
- Ser líderes en la venta de cuyes a nivel nacional.
- Propender el mejoramiento continuo de nuestra empresa.
- Obtener rentabilidad la cual ayude a la empresa a seguir creciendo.

3.2.5 Misión

“Transformar proteína vegetal en proteína animal para el consumo humano”

3.2.6 Visión

Para el año 2034 ser la productora líder de cuyes, trabajando con los más altos estándares de calidad y productividad de Latinoamérica, sustentándonos con un

personal calificado el cual se encuentre comprometido con la innovación e investigación y asegurando el bienestar de nuestros animales.

3.2.7 Políticas de la empresa

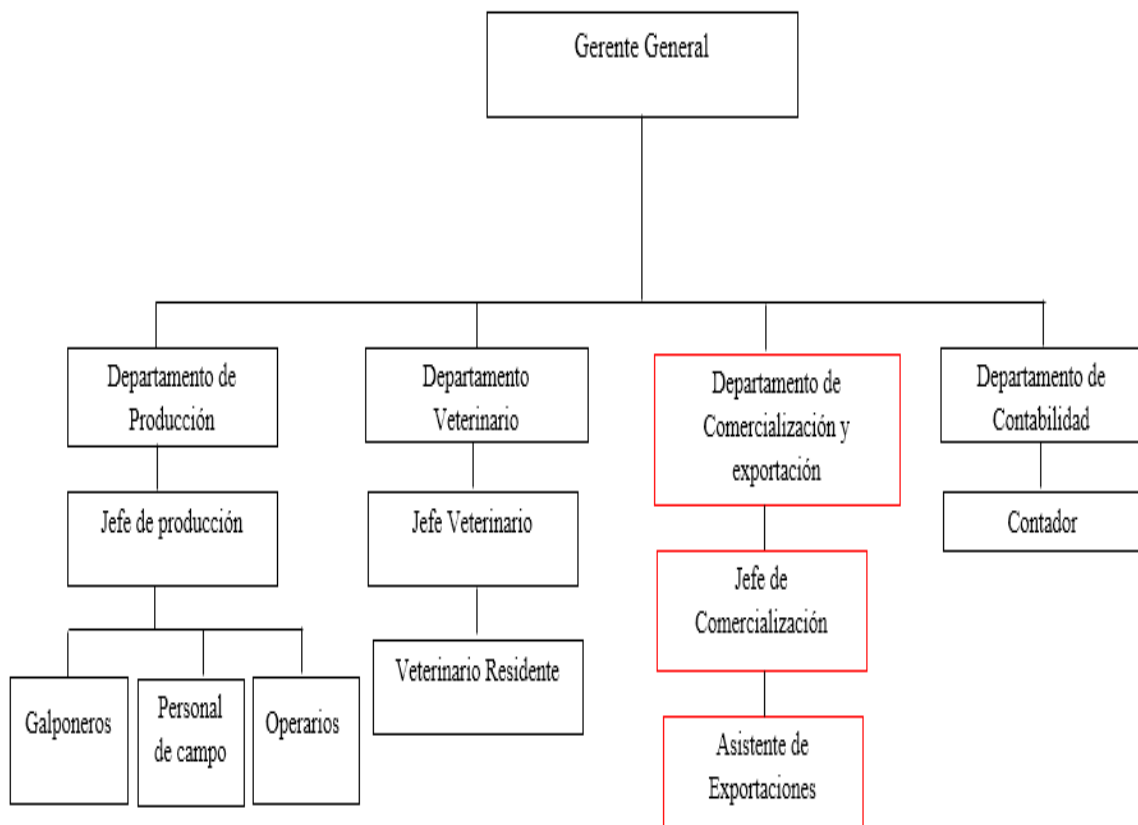
Las políticas con las que la empresa se maneja son las siguientes:

- Ofrecer un trato adecuado a nuestros clientes, atendiendo de la mejor manera las solicitudes y reclamos que se presenten.
- Contribuir con la investigación en cuanto se refiera al desarrollo de cuyes es por ello que la empresa brindara la información necesaria a quien lo solicite.
- Todo el personal que colabora en nuestra empresa debe mantener un comportamiento cordial y ético.
- Salvaguardar la integridad física del personal quien colabora en nuestras instalaciones, proporcionando así las herramientas necesarias y adecuadas para ejecutar las labores asignadas.
- Cumplir estrictamente con las normas y requerimientos necesarios que el estado dicte.
- Mantener una constante vigilancia en los insumos adquiridos, de tal manera evitar problemas en la salud del producto que ofertamos.

3.2.8 Organigrama estructural

A continuación, se describe una propuesta acerca del organigrama estructural de la empresa Cuyera Andina, donde se detalla los departamentos necesarios para el correcto funcionamiento.

Figura 5: Organigrama estructural



3.2.9 Estructura funcional y perfil de talento humano

A continuación, se detalla los cargos del personal de la empresa, determinando las habilidades y responsabilidades.

<p>Cargo: Gerente General</p>
<p>Supervisa a: Contador, Jefe de Producción, Jefe Veterinario, Jefe de Comercialización y exportación</p>
<p>Perfil: El Gerente General de la empresa es el encargado de gestionar, coordinar y controlar las actividades realizadas por los distintos departamento además de ser es el representante legal y judicial, al igual que la persona quien administra los ingresos y gastos que se generen dentro de la compañía.</p>
<p>Funciones principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representar de manera legal a la empresa en cualquier circunstancia. • Es la persona responsable del crecimiento de la empresa • Persona encargada de planear y controlar las actividades que se generen dentro de la empresa • Ser participe en reuniones con los clientes • Inspeccionar constantemente el correcto funcionamiento de las instalaciones. • Fiscalizar los gastos en los que la empresa incurre y los respectivos ingresos generados. • Receptar los informes y pedidos de los diferentes departamentos.

<p>Cargo: Contador</p>
<p>Reporta a: Gerente General</p>
<p>Perfil: Sujeto encargado de registrar las actividades comerciales realizadas por la empresa, además de ser el delegado de realizar e interpreta los estados financieros.</p>

Funciones principales:

- Mantener actualizada la información contable.
- Realizar los informes de la situación financiera de la empresa
- Controlar el correcto manejo de los recursos económicos
- Elaborar e interpretar los estados financieros.
- Formalización de contratos y liquidación de sueldos.
- Seleccionar el personal y elaboración de roles de pago
- Gestión de permisos, vacaciones y seguros sociales

Cargo:

Jefe de Producción

Reporta a:

Gerente General

Supervisa a:

Galponeros y Personal de Campo

Perfil:

Responsable de manejar y supervisar la materia prima utilizada en el proceso productivo, además de inspeccionar los tiempos adecuados asimismo se encarga de programar, controlar el trabajo de los galponeros y personal de campo.

Funciones principales:

- Controlar la utilización correcta de las materias primas.
- Inspeccionar personalmente el control de calidad del producto final.
- Vigilar la adecuada sanidad de las instalaciones donde se encuentran ubicados los cuyes.
- Informar a gerencia sobre la evolución en el proceso de producción.

Cargo:

Galponeros

Reporta a:

Jefe de Producción

Perfil:

Persona encargada de mantener el correcto funcionamiento de las instalaciones donde se encuentran los cuyes además de ser el responsable de la crianza de estos animales.

Funciones principales:

- Criar, cuidar y alimentar a los cuyes
- Controlar el desarrollo de los cuyes
- Mantener un buen estado de los galpones
- Limpiar y desinfectar los corrales.
- Entregar o despachar el producto.

Cargo:

Operario

Reporta a:

Jefe de Producción

Perfil:

Persona encargada del proceso de faenamiento del cuy además de ser el responsable de mantener el correcto funcionamiento de las instalaciones donde se realiza el sacrificio del animal y el respectivo almacenaje.

Funciones principales:

- Mantener un buen estado de la planta de faenamiento
- Faenar el producto de acuerdo a las normativas además de realizar todo el proceso productivo.
- Limpiar y desinfectar las instalaciones.
- Entregar o despachar el producto.

Cargo: Personal de Campo
Reporta a: Jefe de Producción
Perfil: Encargado de todas las actividades relacionadas con el cultivo y transformación de la materia prima en los alimentos destinados para los cuyes además de cumplir con todas las tareas de registro necesario relacionado con el cargo.
Funciones principales: <ul style="list-style-type: none"> • Realizar las actividades como desyerbar, aplicar abonos, cosechar, almacenar la materia prima. • Manejar apropiadamente todos los recursos de la empresa. • Solicitar oportunamente al jefe de producción, las herramientas que requiera, entregarlas y recogerlas al término de las jornadas. • Aplicar las medidas sanitarias que el veterinario indica. • Informar a su superior de las condiciones actuales en la que se encuentran los cultivos de alfalfa y pasto tropical además de comunicar el proceso de transformación de esta materia prima.

Cargo: Jefe Veterinario
Reporta a: Gerente General
Supervisa a: Veterinario Residente
Perfil: Persona encargada de diagnosticar y tratar a los animales enfermos, también es el responsable de prevenir las enfermedades y la mala salud que se puedan presentar los cuyes, presta sus servicios medio tiempo.

Funciones principales:

- Organizar los programas de saneamiento animal
- Diagnosticar y realizar los controles pertinentes a los cuyes.
- Efectuar y analizar los respectivos exámenes de laboratorio a los cuales son sometidos los alimentos y los animales
- Encargado de diseñar y aplicar los tratamientos pertinentes para a los animales.
- Controlar los procesos de alimentación, ciclos reproducción y ambientación de los cuyes

Cargo:

Veterinario Residente

Reporta a:

Jefe Veterinario

Perfil:

Persona responsable de diagnosticar y brindar asistencia en caso de presentarse problemas en la salud de los animales, además de procurar el bienestar y la protección de los cuyes.

Funciones principales:

- Supervisar personalmente los tratamientos de prevención y curación de las enfermedades.
- Ayudar a su superior en el proceso de revisión y constatación del estado de salud de los animales.
- Registrar la información necesaria sobre las condiciones y progreso de los cuyes que se encuentran a su cuidado.
- Mantener un control sobre los insumos de medicina, aquellos que son utilizados, los que son recientemente adquiridos y los que actualmente posee la empresa.

Cargo: Jefe de Comercialización
Reporta a: Gerente General
Supervisa a: Asistente de exportación
Perfil: Persona responsable de establecer las condiciones correctas para la venta del producto.
Funciones principales: <ul style="list-style-type: none"> • Mantener un óptimo nivel en venta y administrar la cartera de clientes • Revisión de los pedidos. • Investigar, analizar y seleccionar mercados adecuados.

Cargo: Asistente de Exportaciones
Reporta a: Jefe de comercialización
Perfil: Persona encargada de realizar la labor comercial entre la empresa y el o los mercados de destino
Funciones principales: <ul style="list-style-type: none"> • Realizar trámites de exportación • Gestionar de manera eficaz el envío de pedidos. • Implementar los estándares adecuados para los certificados y normativas del mercado de destino.

3.2.9.1 Requerimiento de personal

Tabla 32: Requerimiento de personal

Cargo	Número
Gerente General	1
Contador	1
Jefe Veterinario	1
Veterinario residente	1
Jefe de comercialización	1
Asistente de exportación	1
Jefe de producción	1
Galponeros	3
Operarios	4
Personal de campo	2
Total	15

3.3 Propuesta operativa

3.3.1 Proceso productivo

La carne de cuy ha logrado ser un producto apreciado en el mercado dando, así como resultado una crianza a mayor escala.

La forma de operatividad en el proceso productivo se hace imprescindible para ser eficiente, rentable y competitivo es por ello que para Teresa Montes (2012) la manera en la que se ejecuta la producción de este animal es la siguiente.

➤ Empadre

El Empadre o apareamiento consiste en agrupar el macho con la hembra cuando se encuentran en el momento óptimo, es preciso mencionar que el cuy es un animal polígamo, es decir, formación de colonias de 1 macho con más de 1 hembra.

Para una crianza comercial va de 1 macho por cada 15 – 20 hembras, las características optimas del empadre son las siguientes:

Sexo	Edad
Macho	90 -120 días
Hembra	80 – 100 días

➤ **Gestación**

La gestación inicia con el apareamiento y por lo general este periodo dura entre 63 a 70 días y en promedio 67 días; el tiempo de gestación depende mucho del número de crías en gestación, a mayor número menor es el tiempo de preñez.

➤ **Parto**

El parto se presenta al final de la gestación y las hembras paren normalmente sin ayuda, este proceso dura alrededor de 10 a 30 minutos; las crías nacen fisiológicamente maduras es decir con pelo, ojos abierto y con la capacidad de alimentarse solos.

➤ **Lactancia**

Las crías lactan inmediatamente después de nacer recibiendo así la primera leche que se llama calostro, la madre tiene la capacidad de dar de lactar a más de 2 crías a pesar de que solo posee 2 pezones; el ciclo de lactancia dura entre 7 a 21 días como máximo.

➤ **Destete**

El destete consiste en separar a la cría de la madre con el fin de criarlos independientes de las madres, este proceso se realiza desde que la cría tiene entre 7 y 14 días máximo a los 21 días, en ese momento se da el sexado y pesado de las crías.

➤ **Crecimiento y engorde**

Esta etapa se inicia con el destete, se forman lotes de cría homogéneos en peso y separados machos de hembras.

Este ciclo dura desde el destete hasta que estén listos para ser seleccionados para la reproducción o para ser comercializados el tiempo promedio de este proceso es de 7 a 8 semanas post – destete.

➤ **Selección de reproductores**

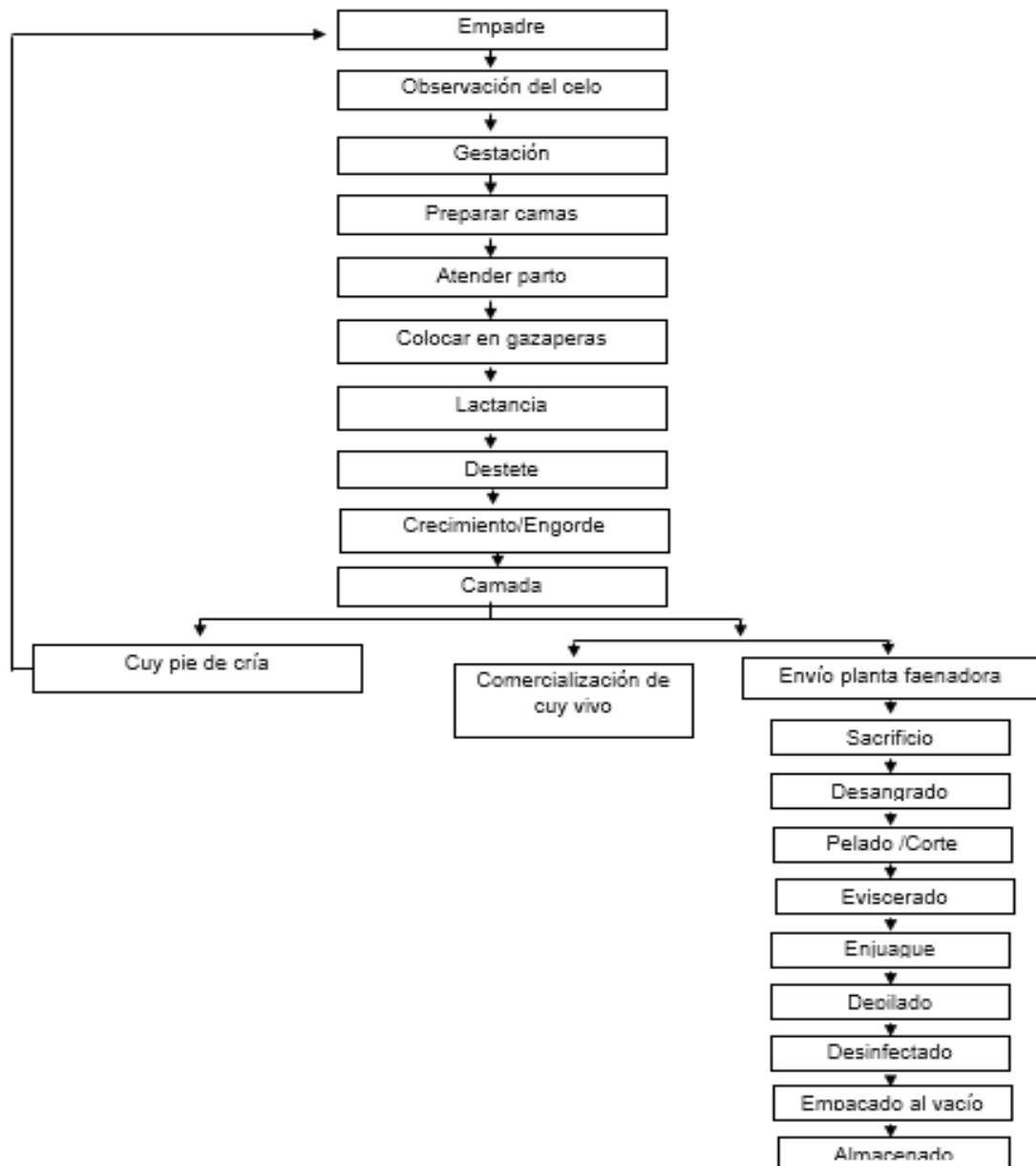
En este proceso se elige a los animales superiores del grupo, en la selección se aplica algunas técnicas para reconocer a los potenciales reproductores, para ello se evalúa las características externas a fin de medir su potencial genético, es decir heredar sus características superiores a su descendencia.

Selección en la etapa de crecimiento desde el destete hasta la edad que logre el peso beneficio.

- Peso destete
- Velocidad de crecimiento a 45 - 60 días (Hembras)
- Velocidad de crecimiento al beneficio (Machos)

3.3.2 Flujograma del ciclo reproductivo y faenado del cuy

Figura 6: Flujograma del ciclo reproductivo y faenado del cuy



La empresa Cuyera Andina cuenta con un lineamiento para el ciclo reproductivo del cuy en el cual se detalla en el siguiente flujograma, sin embargo, la entidad no cuenta actualmente con un planta propia destinada al proceso de faenamiento no obstante la empresa para realizar este tipo de actividad trabaja conjuntamente con una compañía específicamente dedicada a brindar el servicio de faenamiento y refrigeración es por ello importante mencionar cual es el proceso al que se debe someter al animal para así obtener el producto terminado y de exportación como es la carne de cuy.

3.3.3 Infraestructura y equipamiento

3.3.3.1 Plano de la empresa

La superficie donde se encuentra la empresa está dividida en área administrativa, área de faenamiento, galpones, y el área de sembrío para alimentos de los animales.

Figura 7: Plano de la empresa



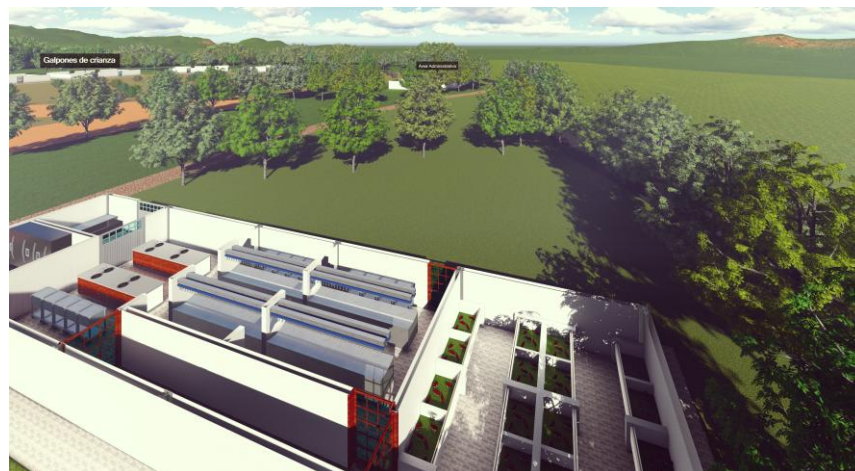
Figura 8: Oficinas de la empresa



Figura 9: Galpón



Figura 10: Planta de faenamiento



3.3.3.2 Equipamiento

Figura 11: Equipamiento

Equipamiento para la crianza de cuyes	
	Nombre: Comederos Unidades: 60 Costo unitario: 3 dólares
	Nombre: Bebederos Niple automático Unidades: 60 Costo unitario: 5 dólares
	Nombre: Carretilla para la distribución de alimentos. Unidades: 2 Costo unitario: 65 dólares
	Nombre: Balanza digital Unidades: 1 Costo unitario: 34.89 dólares

	<p>Nombre: Carretillas reforzada para la limpieza</p> <p>Unidades: 2</p> <p>Costo unitario: 65 dólares</p>
	<p>Nombre: Mochila fumigadora</p> <p>Unidades: 2</p> <p>Costo unitario: 25 dólares</p>
	<p>Nombre: Canecas para agua</p> <p>Unidades: 10</p> <p>Costo unitario: 1 dólar</p>
	<p>Nombre: Escobas</p> <p>Unidades: 3</p> <p>Costo unitario: 8 dólares</p>
<p>Equipamiento para el proceso de faenamiento</p>	
	<p>Nombre: Aturdidor manual (máquina para matar el animal)</p> <p>Unidades: 1</p> <p>Costo unitario: 1300 dólares</p>

	<p>Nombre: Pelador de cuyes Unidades: 1 Costo unitario: 750 dólares</p>
	<p>Nombre: Mesas industriales de acero Unidades: 10 Costo unitario: 120 dólares</p>
	<p>Nombre: Lavadero de acero inoxidable Unidades: 1 Costo unitario: 475 dólares</p>
	<p>Nombre: Cuchillos Unidades: 6 Costo unitario: 14 dólares</p>
	<p>Nombre: Armario esterilizador de cuchillos Unidades: 1 Costo unitario: 693 dólares</p>
	<p>Nombre: Tinas plásticas Unidades: 12 Costo unitario: 32 dólares</p>
	<p>Nombre: Canecas industriales Unidades: 20 Costo unitario: 22 dólares</p>
	<p>Nombre: Bandejas de acero Unidades: 10 Costo unitario: 12 dólares</p>

	<p>Nombre: Transportador aéreo</p> <p>Unidades: 4</p> <p>Costo unitario: 200 dólares</p>
	<p>Nombre: Balanza digital</p> <p>Unidades: 1</p> <p>Costo unitario: 42.99 dólares</p>
	<p>Nombre: Maquina empacadora al vacío industrial</p> <p>Unidades: 1</p> <p>Costo unitario: 2105 dólares</p>
	<p>Nombre: Etiquetadora automática</p> <p>Unidades: 1</p> <p>Costo unitario: 170 dólares</p>
	<p>Nombre: Congelador industrial</p> <p>Unidades: 2</p> <p>Costo unitario: 1190 dólares</p>

3.4 Propuesta de exportación

La propuesta de exportar carne de cuy es esencialmente realizar los envíos pertinentes y cumplir con las disposiciones legales para el proceso de exportación de este producto el cual va desde Ecuador hacia el mercado Estadounidense ya que es el país donde se encuentran la mayor parte de personas latinoamericanas quienes son los principales consumidores de carne de cuy.

Esta actividad de comercializar a nivel internacional carne de cuy ayudara al desarrollo y crecimiento económico de la empresa y la estabilidad laboral de todos aquellos quienes prestan sus servicios dentro de la compañía.

Las condiciones necesarias para transportar y comercializar la carne de cuy es congelarlo y empacarlo al vacío de tal manera se logre evitar su descomposición y conservar sus características por más tiempo.

A continuación, se muestra la forma en la que el producto puede ser exportado:

Figura 12: Carne de cuy congelado y empacado al vacío



Fuente: Empresa Cucuy (s.f.)

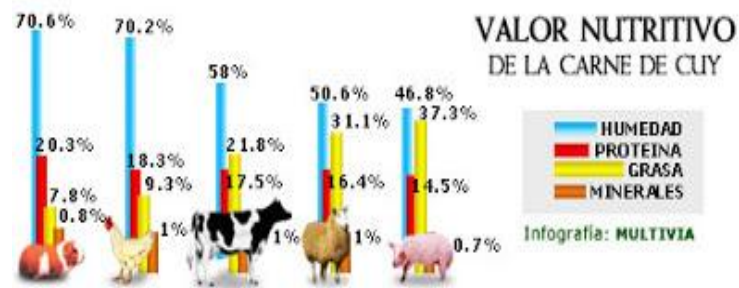
3.4.1 Producto

3.4.1.1 Descripción del producto

El producto a ser exportado es carne de cuy congelado y empacado al vacío, el rango de congelación al que debe estar expuesta la carne para conservar su calidad es de -18° C a -26° C y el periodo en el cual debe ser comercializado es de 6 meses ya que este es el tiempo de su vida útil, este producto es fuente fundamental de proteína, contiene menor cantidad de grasa, tiene un mínimo aporte calórico lo que la hace

consumible para personas que tienen enfermedades cardiovasculares, obesidad, colesterol o para personas quienes quieren llevar una vida sana.

Figura 13: Valor nutricional de la carne de cuy



Fuente: Fundación Universitaria Iberoamericana. (s.f.)

3.4.2 Proceso de exportación

3.4.2.1 Identificación arancelaria

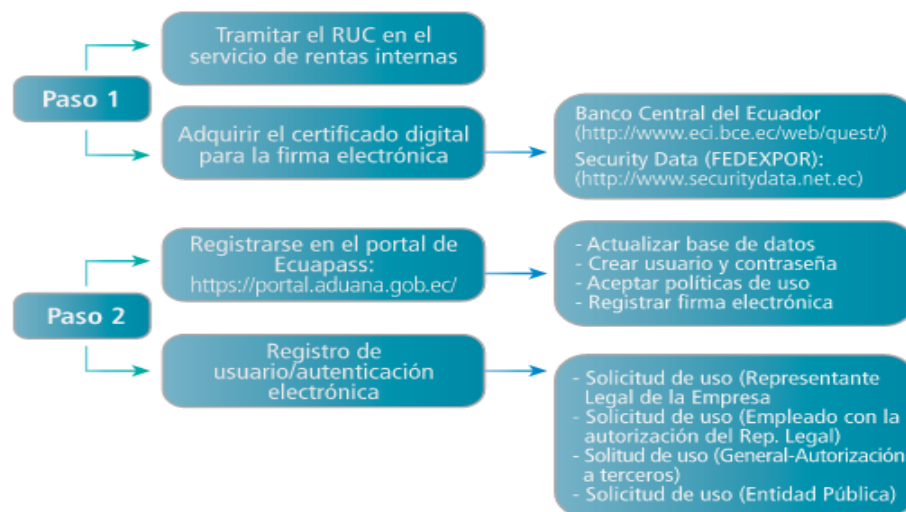
Para el comienzo de una exportación es muy importante conocer la partida arancelaria del producto sujeto a la transacción, la carne de cuy se encuentra comprendida en la partida 0208.90 "Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados"

3.4.2.2 Requisitos para exportar

Para PROECUADOR (2016) las personas que pueden realizar exportaciones son ecuatorianos, así como también los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas. Para poder exportar es necesario cumplir los siguientes requisitos para ser exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA:

- Actualizar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- Registro en el ECUAPASS y obtener la firma electrónica.

Figura 14: Registro de exportador en ECUAPASS



Fuente: PROECUADOR

Una vez registrado como exportador, es necesario conocer que todas las exportaciones deben presentar una Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarla según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmite y tramita la exportación.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte

Según la Cámara de comercio de Quito (2016) existen requisitos específicos con los que se deben cumplir para poder continuar con el proceso de exportación como son:

- Autorización previa del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap) para la exportación de productos o subproductos de origen animal.

Certificado zoosanitario emitido por Agrocalidad para la exportación de productos y subproductos de origen animal

3.4.2.3 Trámite aduanero

PROECUADOR (2016) manifiesta que el proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

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

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

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

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo

➤ Canal de Aforo Automático

Canal de Aforo Automático, la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En caso de cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

3.4.2.4 Declaración aduanera de exportación

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Quito (2016) la declaración aduanera deberá ser presentada de manera electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (Senae).

La declaración aduanera es única y personal, consecuentemente, será transmitida o presentada por el exportador, por sí mismo o a través de un agente de aduanas.

En las exportaciones la declaración aduanera podrá ser transmitida o presentada por un agente de carga de exportación autorizado para el efecto.

Para el ingreso a zona primaria, toda mercancía a exportarse debe contar con su declaración aduanera de exportación.

La declaración aduanera será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Senae.

Según lo dispuesto por (Servicio Nacional de aduana del Ecuador , 2014) la Declaración Aduanera para las exportaciones podrá presentarse hasta 24 horas antes del ingreso de las mercancías a zona primaria, debiendo presentar los documentos de acompañamiento, de soporte y correcciones a la declaración hasta 30 días posteriores al embarque de las mercancías.

Para las exportaciones por vía aérea de productos perecibles podrá presentarse una sola Declaración Aduanera, para varios embarques hacia un mismo destino, realizados dentro de un mismo mes. Esta declaración deberá presentarse 3 días hábiles antes del inicio de cada mes y sus documentos de acompañamiento, de soporte y correcciones podrán presentarse hasta 30 días posteriores a la finalización del mes.

Figura 15: Declaración aduanera de exportación



Número de DAE	
---------------	--

Información de general

Código de la distrito	Código de régimen
Tipo de Despacho	Código del declarante

Información de Exportador

Nombre del exportador	Telefono del exportador
Dirección del exportador	
Numero de documento de CIU	Ciudad del exportador
Nombre del declarante	Numero de documento de
Dirección del declarante	
Código de forma de pago	Código de moneda

Información de carga

Puerto de carga	Puerto privado desde
Puerto de llegada o de	Fecha de la carta de
Nombre del consignatario	
Dirección del	
Ciudad del contribuyente	Tipo de carga
Almacen de lugar de	Medio de transporte
Pais de destino final	

Totales

Código de moneda	Tipo de cambio
Total moneda transaccion (FOB)	Cantidad de item
Peso neto total	Peso total
Cantidad total de bultos	Cantidad de contenedores
Cantidad total de unidades físicas	Cantidad total de unidades comerciales
Código de la mercancía de desnacho urgente	Código de solicitud de aforo
Fecha de primer ingreso	Fecha de primer embarque

Item

No. Item	Código Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de Mercancías	Pais de Origen	Peso Neto	Cantidad de U. Comerciales

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item

Observaciones de oca - item

Numero de Item	Tipo Observacion	Contenido

Documentos

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision

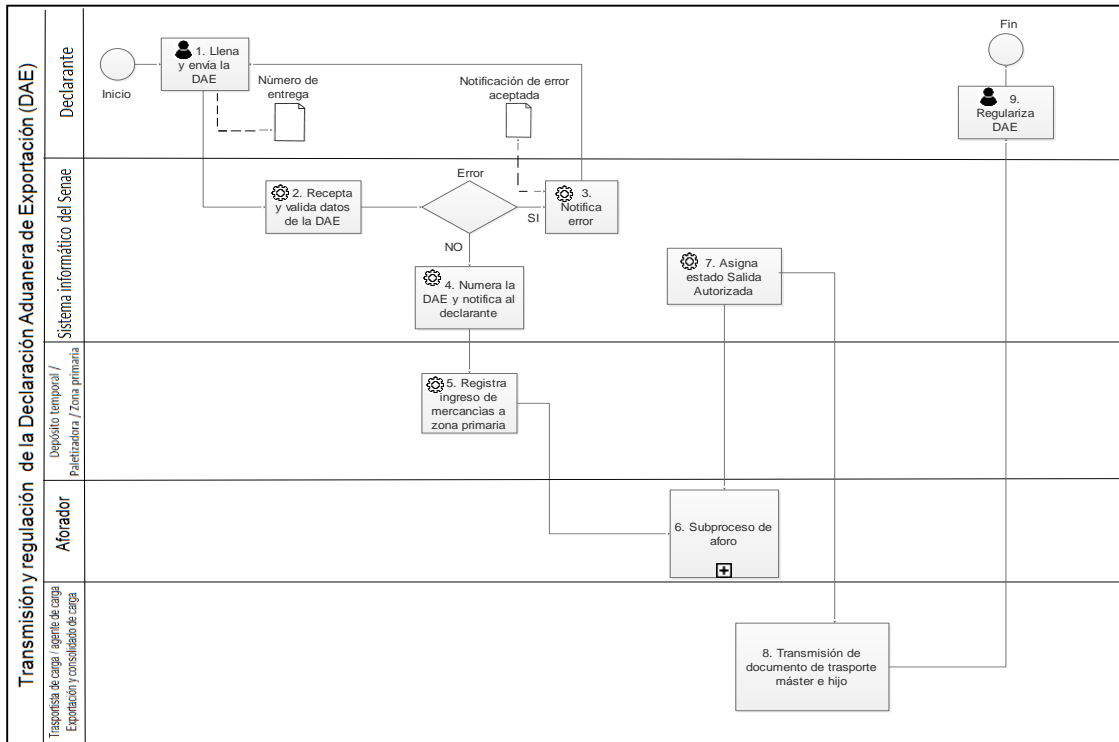
Firma del

Firma del Declarante

Fuente: SENA E

3.4.2.5 Flujo de exportación

Figura 16: Flujoograma de exportación



Fuente: SENAE

Al momento de realizar una exportación la persona encargada de declarar tiene la responsabilidad de llenar un formulario en el cual se describe todas las especificaciones del producto, La aduana del Ecuador es la encargada de recibir y corroborar la autenticidad y veracidad de los datos presentados en la declaración de exportación.


Las mercancías sujetas a exportación deben someterse al proceso de aforo, cuando este proceso ha concluido se procede a la respectiva autorización de la salida de las mercancías.

3.4.3 Logística de exportación

3.4.3.1 Envase

El envasado para la carne de cuy frecuentemente utilizado es el método de envasado al vacío con un film flexible, este método se debe realizar en condiciones estrictamente higiénicas lo cual impida la contaminación de la carne, esta técnica consiste básicamente en eliminar el aire que se encuentra dentro del film el cual contiene el producto, además que logra mantener la carne de cuy en estado óptimo para el consumo.

Figura 17: Características del envase

<p>Envase</p>	
<p>Características</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Brinda una barrera excepcional al oxígeno y gases, manteniendo así la atmósfera modificada o vacío al interior y preservando el producto. • Brindan una excelente barrera al vapor de agua, previniendo la migración de la humedad hacia o desde el producto. • Se produce con un sustrato laminado lo cual da brillo y es transparente • Capacidad de 1200 y 1500 gramos • Empacado al vacío.

Fuente: Flexiplast (s.f.)

3.4.3.2 Embalaje

La carne de cuy para ser transportada será embalada en cajas de cartón corrugado de triple pared, el cual brinda al producto ligereza, resistencia a la humedad y a cambios de temperatura, al mismo tiempo mantiene fresco al producto y facilita su apilamiento y transportación. International paper (s.f.)

Figura 18: Características del embalaje

<p>Embalaje</p>	
<p>Características</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Extremadamente ligeras. • Material corrugado • Ofrecen características contra la absorción de golpes. • Ahorran espacio de almacenaje. • Amigables con el ambiente. • Bajos costos de compra vs. Productos alternativos de embalaje • Resiste bajas temperaturas. • Color: Café

Fuente: International paper

3.4.3.3 Etiquetado

Según la FDA - Food and Drug Administration (s.f.) la información necesaria que deben contener las etiquetas de alimentos en Estados Unidos son las siguientes:

- Instrucciones para su consumo
- Instrucciones para el almacenamiento
- Fecha de caducidad
- Información del productor como producido por, empaçado por, o distribuido por, con el nombre completo y la dirección, teléfonos y correo electrónico.
- Información nutricional en la cual se deben encontrar datos como: tamaño de la porción, cantidad de las calorías totales, grasas totales, declaración de contenido vitamínico, cantidad de proteínas, porcentaje referencial del valor diario
- El enunciado de los ingredientes debe aparecer en orden descendiente de importancia a los mismos. Se debe incluir exactamente todo lo que contiene el producto.
- No existen requisitos de tamaño específicos para la etiqueta de información nutricional. Sin embargo, el título "Nutrition Facts" debe tener un tamaño de tipografía más grande que todos los demás tamaños de letra en la etiqueta. Por lo general, también se establece el ancho completo de la etiqueta de información nutricional.
- La información presentada en la etiqueta debe estar en idioma inglés en caso de tener un segundo idioma la información nutricional puede presentarse en etiquetas por separado para cada idioma o en una sola etiqueta con el segundo idioma y la traducción de toda la información

requerida, luego de la versión en inglés. No es necesario repetir los caracteres numéricos que son idénticos en ambos idiomas.

Figura 19: Modelo de etiqueta



3.4.3.4 Mercado de las cajas

Para Jairo Córdoba (s.f.) el mercado debe tomar en cuenta varios aspectos como:

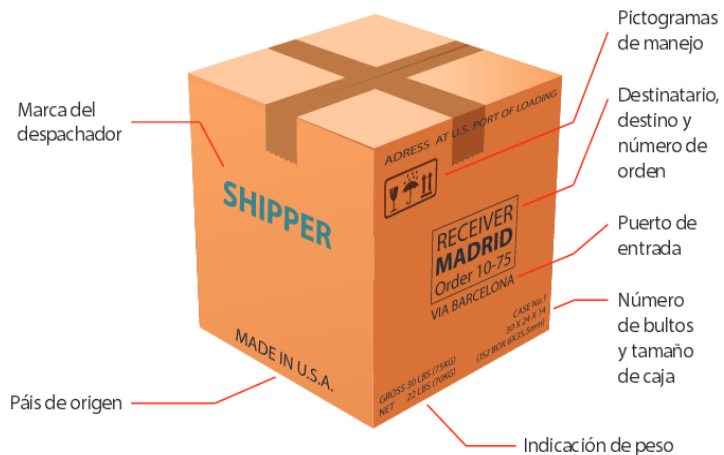
- Nombre común del producto
- Nombre de la marca con logo

- Nombre y dirección del empacador
- Nombre y dirección del distribuidor
- País de origen
- Cantidad, peso neto, cantidad de envases o unidades y peso individual
- Información sobre transporte y manipulación del producto

El marcado sirve para:

- Identificar los productos.
- Facilitar el manejo y ubicación de las mercancías en el momento de ser monitoreadas.

Figura 20: Marcado de las cajas



Fuente: Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje – FAVA (s.f.)

3.4.3.5 Incoterms

Para concretar una negociación es indispensable conocer las obligaciones y responsabilidades a las cuales se encuentran sujetas las partes involucradas.

La empresa Cuyera Andina efectuará las exportaciones de carne de cuy vía aérea, haciendo uso del incoterms CIP, en el cual el exportador tiene la responsabilidad de contratar el transporte el cual va desde el lugar de entrega convenido hasta el lugar designado. Se debe tomar en cuenta que, en éste término, se considera que la mercancía ha sido entregada cuando se la ha entregado al transportista además el exportador deberá realizar el trámite de exportación.

3.4.3.6 Medio de transporte

De acuerdo a la posible negociación entre los potenciales importadores y la empresa Cuyera Andina, se ha concluido que la mejor opción para transportar el producto sea por vía aérea, debido a la intención de preservar las condiciones óptimas de la carne del cuy al momento de la comercialización asimismo garantiza mayor tiempo en perchas dando, así como resultado mayor tiempo para lograr su venta.

Tomando como referencia ProEcuador (2014) indica la logística pertinente de transporte de Estados Unidos.

Vía aérea.

El transporte aéreo está altamente desarrollado, los principales aeropuertos del país son los de Los Ángeles, New York y Miami.

- **Aeropuerto internacional de Los Ángeles LAX.**

El Aeropuerto Internacional de Los Ángeles LAX, inaugurado en 1930, es el número uno del mundo en cuanto a vuelos directos se refiere, y uno de los más transitados del mundo.

Casi un 50% del tonelaje anual que pasa por LAX consiste en carga internacional.

Con su sistema de carga aérea cada vez más extensivo, el Aeropuerto Internacional de Los Ángeles es un líder comercial, que aprovecha sus instalaciones modernas y excelentes conexiones con medios de transporte terrestre, acuático y aéreo

3.4.4 Requisitos para el ingreso a mercados internacionales

3.4.4.1 Barreras arancelarias

- Arancel aplicado por Estados Unidos de América
- Producto: Other meat and edible meat offal not elsewhere specified or included, fresh, chilled or frozen
- Socio: Ecuador
- Fuente de datos: ITC (MAcMap)
- Año: 2017

Tabla 33: Arancel aplicado por Estados Unidos de América a la partida arancelaria 020890

Régimen arancelario	Arancel aplicado (como reportado)	Arancel aplicado (convertido)	Arancel equivalente ad valorem total
MFN duties (Applied)	6.00%	6.00%	6.00%

Fuente: MACMAP (2017)

3.4.4.2 Barreras no arancelarias

De acuerdo a SIICEX (2015) Las regulaciones no arancelarias son medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales, o para preservar los bienes de cada país, en lo que respecta a medio ambiente, proteger la salud, sanidad animal y vegetal, o para asegurar a los consumidores la buena calidad de las mercancías que están adquiriendo, o darles a conocer las características de las mismas.

A continuación, se detallan los requisitos que deben de cumplir los alimentos que pretendan ingresar al mercado Estadounidense.

➤ **Ley contra Bioterrorismo**

Todos los productos que entran a los Estados Unidos están obligados a cumplir con la Ley contra el Bioterrorismo la cual se encuentra destinada a proteger la producción, distribución y venta de alimentos de origen norteamericano e importado, en contra de posibles atentados terroristas.

El procedimiento para la aplicación de la presente Ley considera las siguientes etapas:

a) Registro de instalaciones alimenticias (Food facility registration)

Las instalaciones donde se fabriquen, procesen, envasen o almacenen alimentos para consumo humano o animal que serán comercializados dentro de los Estados Unidos deberán registrarse

ante la FDA además ayuda a identificar a los exportadores y el lugar de origen de los productos que se pretende introducir a Estados Unidos.

El registro se lo realiza vía online en la página de la FDA, una única vez y no tiene ningún costo sin embargo si existe modificaciones es necesario realizar la respectiva actualización online.

b) Notificación previa de alimentos importados

La Ley contra el Bioterrorismo exige que la FDA reciba notificación previa de los alimentos importados a los EE.UU. Buena parte de la información requerida por la notificación previa es usualmente proporcionada por los importadores o brokers al servicio de Aduanas de los EE.UU.

3.4.5 Canal de comercialización

Los canales de distribución son aquella fase que surge a partir del momento en que se produce la comercialización, hasta su entrega al consumidor final. Abarca las diversas operaciones que aseguran la llegada de los productos a los compradores facilitándoles su selección, adquisición y uso.

Para Elizabeth Velazquez (2012) los canales de distribución son muy diferentes; por tanto, se dividen de la siguiente forma.

- Fabricante – consumidor
- Productores - minoristas o detallista – consumidores

- Productores – mayoristas - minoristas o detallistas - consumidores
- Productor o Fabricante a los Agentes Intermediarios, de éstos a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores

3.4.5.1 Selección del canal de comercialización

La empresa Cuyera Andina para realizar la distribución de sus productos a determinado que la forma más conveniente es mediante la venta a supermercados.

El canal de distribución seleccionado cuenta con la intervención de los siguientes factores como son:

- **Fabricante**

Persona encargada de elaborar los productos que serán vendidos.

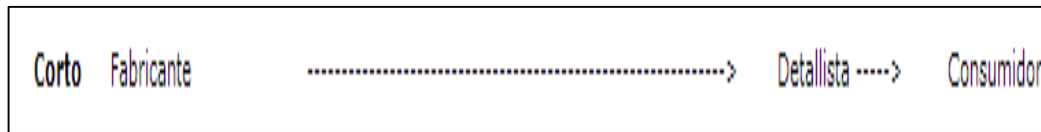
- **Detallista**

Persona responsable de adquirir de forma directa al fabricante el producto y posteriormente de proveer dicha mercancía al consumidor final, en este caso se puede mencionar que los detallistas serían supermercados International food “Market” y el Torito meat “Market”

- **Consumidor**

Es aquella persona quien adquiere los productos para su consumo y satisfacer sus necesidades

Figura 21: Canal de comercialización elegido



Fuente: Rafael Muñiz

3.4.6 Modalidad de pago internacional

La empresa Cuyera Andina para realizar la negociación estaría dispuesta a optar por la modalidad de carta de crédito irrevocable debido a que es el medio que brinda mayor seguridad al momento de la transacción.

De acuerdo a PROECUADOR (2014) la carta de crédito se la considera como una promesa condicional de pago que efectúa un banco (emisor), por cuenta de una persona física o moral solicitante, ante una persona (beneficiario); normalmente por conducto de otro banco(notificador), para pagar determinada suma o aceptar letras a favor de exportador, contra la presentación de determinados documentos.

Es la forma de pago más segura y recomendable para aquellos que son nuevos en el área de exportador. Si el pago de sus exportaciones es mediante carta de crédito y no conoce al cliente es necesario exigir que la carta de crédito documentaria sea irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos.

Figura 22: Flujograma para la apertura de la carta de crédito.



Fuente: PROECUADOR

3.4.7 Promoción y publicidad

La empresa Cuyera Andina CIA Ltda con el objetivo de dar a conocer su producto y acercarse aún más a sus posibles compradores al igual que mantenerse en contacto con su clientela actual establece estrategias que logren ayudar con la promoción y publicidad.

Seguidamente se indica los posibles medios publicitarios que se pueden utilizar para dar a conocer los productos además de las principales ferias que pueden contribuir a la promoción de la carne de cuy.

➤ Redes sociales

Son medios de comunicación, de fácil interacción donde se puede dar a conocer fácilmente nuestro producto a grandes cantidades de personas tanto nacionales como internacionales, la empresa Cuyera Andina cuenta con una página oficial de Facebook donde se muestra una buena aceptación del público.

Figura 23: Facebook de la empresa



➤ **Página web**

Con la finalidad de mantener un acercamiento con los clientes la empresa Cuyera Andina posee una página web donde se proporciona la información necesaria acerca de la empresa, es significativo proponer al dueño de la empresa el mejoramiento de la página web, implementado la misión, visión, imágenes del producto ofertado, características y beneficios además de incorporar a la página la respectiva traducción al idioma inglés para que así sea mucho más fácil la comunicación entre los posibles clientes internacionales.

Link de la página web: <http://www.cuyeraandina.com/>

Figura 24: Página web de la empresa



➤ **Ferias Internacionales**

Las ferias en las que se puede participar en Estados Unidos para promocionar nuestros productos se presentan a continuación.

a) BioFach America:

Biofach América, realizada anualmente en Baltimore, EEUU, es la feria de productos orgánicos, que entrega miles de nuevos y exclusivos productos orgánicos. Productos presentes en Biofach América son materias primas y complementarias; productos agrícolas y marítimos; carne, lácteos, verdura y productos de fruta; alimento semielaborado y productos de bebida; alimentos y otros productos congelados. nferias (s.f.)

b) Americas Food and Beverage Show:

AFB es una ferial anual que se realiza en Miami y está dedicada a la industria de alimentos y bebidas. Esta feria exhibe productos organizados por ubicación geográfica. nferias (s.f.)

c) PROECUADOR:

La finalidad de esta institución es promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. PROECUADOR (s.f.)

3.4.8 Precio

Para establecer el precio de la carne de cuy se tomó en cuenta varios aspectos importantes como son los costos de producción y gastos de exportación en los que la empresa incidirá para que el producto terminado llegue al destino final. La empresa quiere obtener una utilidad del 30% y el precio de exportación es de 26,04 dólares.

Tabla 34: Determinación precio unitario

DETALLE	COSTO Prod. Mensual	CANT. Mensual	COSTO Unitario	GASTO Unitario	COSTO T.Unita	UTILIDAD 30%	PRECIO Exportación (Unidad)
Carne de cuy	7540	650	11,60	8,43	20,03	6,01	26,04

3.4.9 Plaza

Al contar con los importadores como son los supermercados International food “Market” y El Torito meat “Market”, ubicados en Estados Unidos específicamente California, siendo unos de los supermercados importantes de expendio de productos

originario o provenientes de Latinoamérica, y a través de un estudio de mercado se concluye que California es una plaza ideal para realizar la venta de carne de cuy, siendo así uno de los lugares donde existe la mayor concentración de personas latinoamericanas, las cuales son los principales consumidores de este producto.

3.5 Propuesta legal

La empresa Cuyera Andina para realizar la constitución de la compañía ha optado por el prototipo de Compañía de responsabilidad limitada (CIA. Ltda), la cual se ajusta con las expectativas y necesidades que el Gerente General propone; dentro de las características que se puede encontrar en este tipo de compañías y los requerimientos del propietario de la empresa se encuentra:

- a)** La persona encargada de representar esta clase de compañía, no puede ser destituido de su cargo, a menos que sea por causas legales.
- b)** En este tipo de compañías no existe un órgano director, por lo cual es necesario la presencia de un Gerente General.
- c)** Mantiene un límite de socios
- d)** Los socios pueden inspeccionar de manera personal las instalaciones de la empresa es por ello que no se necesita la presencia de un comisario.
- e)** El capital se encuentra dividido de acuerdo a la participación de los socios, y dichas participaciones no son embargables.
- f)** El monto mínimo para constituir la compañía de responsabilidad limitada es de 400 dólares.
- g)** La responsabilidad de los socios está limitada al monto de su participación.

3.5.1 Modelo de minuta de constitución de compañía limitada

Conforme lo expresado por Salcedo (s.f.) el modelo de minuta para la escritura de constitución se detalla a continuación:

Señor Notario:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA: Comparecientes.

Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, los señores: Enrique Chiriboga, Luis Proaño, Jaime Hidalgo.

Los comparecientes son mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de Quito.

SEGUNDA: Constitución.

Por medio de esta escritura pública, los comparecientes tienen a bien, libre y voluntariamente, constituir la compañía limitada Cuyera Andina CIA Ltda que se registrará por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA Estatuto.

La compañía que se constituye mediante el presente instrumento, se registrará por el estatuto establecido por la empresa donde se expone lo siguiente, NATURALEZA, NACIONALIDAD, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL, MEDIOS, DURACIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

Artículo Primero.

Naturaleza, nacionalidad y denominación. - La denominación que la compañía utilizará en todas sus operaciones será "Cuyera Andina CIA Ltda". Esta sociedad se constituye como una compañía de responsabilidad limitada de nacionalidad ecuatoriana y se registrará por las leyes ecuatorianas y por los estatutos.

Artículo Segundo.

Domicilio. - El domicilio principal de la compañía es el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura, República del Ecuador. Por resolución de la junta general de socios podrá establecer, sucursales en cualquier parte del país o del extranjero, conforme a la Ley y estatutos.

Artículo Tercero.

Objeto social. - El objeto social de la compañía es la producción, faenamiento, envasado al vacío, venta y distribución de cuyes. Para la consecución del objeto social, la compañía podrá actuar por sí o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar actos, contratos, negocios, civiles y mercantiles, permitidos por la ley.

Artículo Cuarto.

Duración. - El plazo de duración de la compañía es indeterminado, a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil; sin embargo, la junta general de socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

Artículo Quinto.

Disolución y liquidación. - La Junta General podrá acordar la disolución anticipada de la compañía antes de que venza el plazo señalado en el artículo cuarto. Disuelta la Compañía, voluntaria o forzosamente, el procedimiento de liquidación será el contemplado en la ley de la materia.

Artículo Sexto.

Capital social. - El capital social de la Compañía es de cuatrocientos dólares de los Estado Unidos de América, dividiendo en ciento noventa seis mil (196.000) participaciones sociales iguales acumulativas e individuales de un dólar cada una. Los certificados de aportación serán firmados por el presidente y el Gerente General de la Compañía.

CAPÍTULO IV

4. Estudio financiero

4.1 Inversión Inicial

La empresa Cuyera Andina CIA Ltda, para el inicio de las operaciones de faenamiento y exportación requiere una inversión total de 106085,14, de la cual el 86,17% corresponde a la inversión fija, mientras que para la inversión variable un 13,83%, es necesario mencionar que los costos fijos están representados en mayor magnitud por terreno, construcciones de la planta de faenamiento y galpón, vehículo, maquinaria, entre otros.

Tabla 35: Inversión inicial

Inversión	Valor
Inversión Fija	91411,94
Inversión Variable	14420,64
Capital de trabajo	13020,64
Gastos de constitución	1400,00
Total de inversión	105832,58

4.1.2. Inversión Fija

La inversión fija consta de todos aquellos bienes tangibles imprescindibles para la empresa de tal forma que contribuyan a proveer las condiciones necesarias para el inicio de las actividades en la fase operativa.

Tabla 36: Inversión fija

Activos	Cantidad	Precio	Valor total
VEHÍCULO			
Camión Chevrolet NMR	1	29900,00	29900,00
		Subtotal	29900,00
TERRENO			
Terreno m2	650	10,00	6500,00
		Subtotal	6500,00
CONSTRUCCIÓN			
Construcción galpón	200	50,00	10000,00
Construcción panta de faenamiento	450	70,00	31500,00
		Subtotal	41500,00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio modelo Gerente Padilla	1	110,00	110,00
Sillas giratoria	1	80,00	80,00
Sillas visitantes	2	18,00	36,00
Archivadores de hierro	1	140,00	140,00
		Subtotal	366,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadora e impresora	1	699,00	699,00
		Subtotal	699,00
EQUIPO DE OFICINA			
Calculadora	1	27,68	27,68
Sumadora	1	60,00	60,00
Perforadora Bester	1	7,81	7,81
Grapadora Pointer	1	3,57	3,57
Línea Telefónica	1	70,00	70,00
		Subtotal	169,06

MAQUINARIA

Comederos	60	3,00	180,00
Bebedores Niple automático	60	5,00	300,00
Carretilla para distribución de comida	2	65,00	130,00
Balanza digital (galpón)	1	34,89	34,89
Carretilla reforzada para limpieza	2	65,00	130,00
Mochila fumigadora	2	25,00	50,00
Canecas para agua	10	1,00	10,00
Escobas	3	8,00	24,00
Aturdidor Manual	1	1300,00	1300,00
Pelador de cuyes	1	750,00	750,00
Mesas industriales de acero	10	120,00	1200,00
Lavadero de acero inoxidable	2	475,00	950,00
Cuchillos	6	14,00	84,00
Armario esterilizador de cuchillos	1	693,00	693,00
Tinas plásticas	12	32,00	384,00
Canecas industriales	20	22,00	440,00
Bandejas de acero	10	12,00	120,00
Transportador aéreo	4	200,00	800,00
Balanza digital (faenamamiento)	1	42,99	42,99
Maquina empacadora al vacío industrial	1	2105,00	2105,00
Etiquetadora	1	170,00	170,00
Congelador industrial	2	1190,00	2380,00
		Subtotal	12277,88
	TOTAL		91411,94

Fuente: Muebles Confort, Nova Tec Ibarra, Chevrolet, Provesum, Mercado libre (s.f.)

4.1.3. Inversión Variable

La inversión variable consta de todos los bienes intangibles que son necesarios para empresa, sin embargo, no intervienen directamente en la elaboración del producto. Es preciso indicar que la inversión variable está representada por los gastos de constitución, administrativos, exportación, ente otros, los cuales están sujetos a amortizaciones y son recuperables a largo plazo.

Tabla 37: Inversión variable

Descripción	Valor
	Mensual
Costos de Producción	7540,00
Gastos Administrativos	2160,05
Gastos de Exportación	3320,59
Gastos de Constitución	1400,00
Inversión variable	14420,64

4.2 Costos de Producción

Los costos de producción son valores monetarios en los cuales la empresa incurre para obtener un producto final que sea apto para el consumidor final, dentro estos costos se incluyen materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Tabla 38: Costos de producción

Carne de cuy					
Detalle	C/u	Costo	Cantidad	Costo total mensual	Anual
Materia prima		7,00	650	4550,00	54600,00
Directa					
Cuy	7,00				
Mano de obra		3,04	650	1975,79	23709,48
Directa					
Operarios 4	0,78				
Costos indirectos de fabricación		1,56	650	1014,21	12170,54
Jefe de producción	0,20				
Personal de campo 2	0,39				
Galponeros 3	0,59				
Etiquetas	0,18				
Fundas para empaque al vacío	0,13				
Energía eléctrica	0,08				
Agua Potable	0,003				
Costo de producción por unidad		11,60			
Total, costo de carne de cuy				7540,00	90480,02

4.3. Gastos

4.3.1 Gastos de Constitución

La empresa Cuyera Andina CIA Ltda requiere de 1400,00 dólares, que son establecidos para los trámites que se deben realizar para la constitución legal de la empresa, entre los cuales tenemos; honorarios abogado y publicaciones; La empresa Cuyera Andina se encuentra exonerada del pago de patente de acuerdo a lo estipulado en el artículo 547 del código orgánico de organización territorial autonomía y descentralización, publicado en el suplemento del registro oficial No. 303 del 19 de octubre del 2010 donde se menciona que los productores de sectores agrícolas están exentos de este pago.

Tabla 39: Gastos de constitución

Patente	0,00
Honorarios abogado	1200,00
Publicaciones	200,00
Total gastos	1400,00

4.3.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los gastos no técnicos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción sin embargo son necesarios para el funcionamiento básico de una empresa Riquelme (s.f.).

Esto significa los gastos en los cuales la empresa debe incurrir dentro de estos gastos administrativos podemos mencionar servicios básicos, sueldos a empleados, entre otros, los cuales son indispensables para el proceso de producción de carne de cuy.

Tabla 40: Gastos administrativos

Detalle	Mensual	Anual
Agua	25,00	300,00
Energía Eléctrica	30,00	360,00
Teléfono	18,00	216,00
Internet Banda Ancha	27,99	335,88
Suministros de Oficina	65,00	780,00
Sueldos	1919,06	23028,73
Mejoramiento página web	25,00	300,00
Artículos de limpieza	50,00	600,00
TOTAL	2160,05	25920,61

Fuente: Provesum (s.f.) - Claro (s.f.) - Tía (s.f.)

4.3.3. Sueldos y Salarios

La Empresa Cuyera Andina CIA Ltda demanda personal altamente capacitado para poder ejercer de la manera más adecuada en el cargo asignado y así llevar adelante el proyecto de forma eficaz.

Todo el personal que desempeñe sus funciones dentro de las instalaciones de la compañía tiene derecho a los beneficios de ley y al pago por vacaciones

Tabla 41: Rol de pagos año 1

CUYERA ANDINA CIA Ltda.

Rol de pagos 1er año													
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (anual)	Equivalente para la exportación Sueldo	Equivalente para la exportación Total de ingresos (mensual)	Equivalente para la exportación Total de ingresos (anual)
Remuneración administrativos													
Gerente general	1000,00	94,50	905,50	-	121,50	83,33	31,25	41,67	1277,75	15333,00	325,00	415,27	4983,23
Contador	650,00	61,43	588,58	-	78,98	54,17	31,25	27,08	841,48	10097,70	211,25	273,48	3281,75
Jefe Veterinario	200,00	18,90	181,10	-	24,30	16,67	31,25	8,33	280,55	3366,60	65,00	91,18	1094,15
Jefe de comercialización	700,00	66,15	633,85	-	85,05	58,33	31,25	29,17	903,80	10845,60	227,50	293,74	3524,82
Veterinario Residente	600,00	56,70	543,30	-	72,90	50,00	31,25	25,00	779,15	9349,80	195,00	253,22	3038,69
Asistente de exportación	450,00	42,53	407,48	-	54,68	37,50	31,25	18,75	592,18	7106,10	450,00	592,18	7106,10
Remuneración mensual Administrativos	3600,00	340,20	3259,80	-	437,40	300,00	187,50	150,00	4674,90	56098,80	1473,75	1919,06	23028,73
Remuneración operarios													
Jefe de Producción	393,40	37,18	356,22		47,80	32,78	31,25	16,39	521,62	6259,48	127,86	169,53	2034,33
Operario 4	1560,00	147,42	1412,58		189,54	130,00	31,25	65,00	1975,79	23709,48	507,00	642,13	7705,58
Personal de campo 2	780,00	73,71	706,29		94,77	65,00	31,25	32,50	1003,52	12042,24	253,50	326,14	3913,73
Galponeros 3	1170,00	110,57	1059,44		142,16	97,50	31,25	48,75	1489,66	17875,86	380,25	484,14	5809,65
Remuneración mensual Operativos	3903,40	368,87	3534,53	0,00	474,26	130,28	125,00	65,14	4990,59	59887,06	1268,61	1621,94	19463,29
Remuneración total anual	7503,40	709,07	6794,33	0,00	911,66	430,28	312,50	215,14	9665,49	115985,86	2742,36	3541,00	42492,02

Tabla 42: Rol de pagos año 2

CUYERA ANDINA CIA Ltda.

Rol de pagos 2do año													
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (anual)	Equivalente para la exportación Sueldo	Equivalente para la exportación Total de ingresos (mensual)	Equivalente para la exportación Total de ingresos (anual)
Remuneración administrativos													
Gerente general	1075,87	101,67	974,20	89,62	130,72	89,66	35,13	44,83	1465,82	17589,80	349,66	476,39	5716,68
Contador	699,31	66,09	633,23	58,25	84,97	58,28	35,13	29,14	965,08	11580,92	227,28	313,65	3763,80
Jefe Veterinario	215,17	20,33	194,84	17,92	26,14	17,93	35,13	8,97	321,27	3855,21	69,93	104,41	1252,94
Jefe de comercialización	753,11	71,17	681,94	62,73	91,50	62,76	35,13	31,38	1036,61	12439,33	244,76	336,90	4042,78
Veterinario Residente	645,52	61,00	584,52	53,77	78,43	53,79	35,13	26,90	893,54	10722,50	209,79	290,40	3484,81
Asistente de exportación	484,14	45,75	438,39	40,33	58,82	40,34	35,13	20,17	678,94	8147,27	484,14	678,94	8147,27
Remuneración mensual Administrativos	3873,12	366,01	3507,11	322,63	470,58	322,76	210,78	161,38	5361,25	64335,02	1585,56	2200,69	26408,29
Remuneración operarios													
Jefe de Producción	423,25	40,00	383,25	35,26	51,42	35,27	35,13	17,64	597,96	7175,55	137,55	194,34	2332,05
Operario 4	1678,35	158,60	1519,75	139,81	203,92	139,86	35,13	69,93	2267,00	27204,01	545,46	736,78	8841,30
Personal de campo 2	839,18	6,97	832,21	69,90	101,96	69,93	35,13	34,97	1151,07	13812,79	272,73	374,10	4489,16
Galponeros 3	1258,76	118,95	1139,81	104,85	152,94	104,90	35,13	52,45	1709,03	20508,40	409,10	555,44	6665,23
Remuneración mensual Operativos	4199,53	324,52	3875,01	349,82	510,24	349,96	140,52	174,98	5725,06	68700,74	1364,85	1860,65	22327,74
Remuneración total anual	8072,65	690,53	7382,12	672,45	980,83	672,72	351,30	336,36	11086,31	133035,76	2950,41	4061,34	48736,03

Tabla 43: Rol de pagos año 3

CUYERA ANDINA CIA Ltda.

Rol de pagos 3er año

Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (anual)	Equivalente para la exportación Sueldo	Equivalente para la exportación Total de ingresos (mensual)	Equivalente para la exportación Total de ingresos (anual)
Remuneración administrativos													
Gerente general	1157,49	109,38	1048,10	96,42	140,63	96,46	36,96	48,23	1576,19	18914,22	376,18	512,26	6147,12
Contador	752,37	71,10	681,27	62,67	91,41	62,70	36,96	31,35	1037,46	12449,47	244,52	337,17	4046,08
Jefe Veterinario	231,50	21,88	209,62	19,28	28,13	19,29	36,96	9,65	344,80	4137,65	75,24	112,06	1344,74
Jefe de comercialización	810,24	76,57	733,67	67,49	98,44	67,52	36,96	33,76	1114,42	13373,01	263,33	362,19	4346,23
Veterinario Residente	694,49	65,63	628,86	57,85	84,38	57,87	36,96	28,94	960,49	11525,94	225,71	312,16	3745,93
Asistente de exportación	520,87	49,22	471,65	43,39	63,29	43,41	36,96	21,70	729,61	8755,33	520,87	729,61	8755,33
Remuneración mensual Administrativos	4166,95	393,78	3773,18	347,11	506,28	347,25	221,75	173,62	5762,97	69155,62	1705,85	2365,45	28385,43
Remuneración operarios													
Jefe de Producción	455,36	43,03	412,32	37,93	55,33	37,95	36,96	18,97	642,49	7709,89	147,99	208,81	2505,71
Operario 4	1805,68	170,64	1635,04	150,41	219,39	150,47	36,96	75,24	2438,15	29257,82	586,85	792,40	9508,79
Personal de campo 2	902,84	85,32	817,52	75,21	109,70	75,24	36,96	37,62	1162,35	13948,19	293,42	377,76	4533,16
Galponeros 3	1354,26	127,98	1226,28	112,81	164,54	112,85	36,96	56,43	1837,85	22054,24	440,13	597,30	7167,63
Remuneración mensual Operativos	4518,13	426,96	4091,17	376,36	548,95	376,51	147,84	188,26	6080,85	72970,14	1468,39	1976,27	23715,30
Remuneración total anual	8685,09	820,74	7864,35	723,47	1055,24	723,76	369,59	361,88	11843,81	142125,77	3174,24	4341,73	52100,72

Tabla 44: Rol de pagos año 4

CUYERA ANDINA CIA Ltda.

Rol de pagos 4to año

Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (anual)	Equivalente para la exportación Sueldo	Equivalente para la exportación Total de ingresos (mensual)	Equivalente para la exportación Total de ingresos (anual)
Remuneración administrativos													
Gerente general	1245,30	117,68	1127,62	103,73	151,30	103,78	38,79	51,89	1694,79	20337,46	404,72	550,81	6609,68
Contador	809,45	76,49	732,95	67,43	98,35	67,45	38,79	33,73	1115,19	13382,26	263,07	362,44	4349,23
Jefe Veterinario	249,06	23,54	225,52	20,75	30,26	20,76	38,79	10,38	369,99	4439,86	80,94	120,25	1442,95
Jefe de comercialización	871,71	82,38	789,33	72,61	105,91	72,64	38,79	36,32	1197,99	14375,86	283,31	389,35	4672,15
Veterinario Residente	747,18	70,61	676,57	62,24	90,78	62,27	38,79	31,13	1032,39	12388,66	242,83	335,53	4026,31
Asistente de exportación	560,39	52,96	507,43	46,68	68,09	46,70	38,79	23,35	783,99	9407,86	560,39	783,99	9407,86
Remuneración mensual Administrativos	4483,08	423,65	4059,43	373,44	544,69	373,59	232,73	186,80	6194,33	74331,95	1835,26	2542,35	30508,19
Remuneración operarios													
Jefe de Producción	489,90	46,30	443,61	40,81	59,52	40,83	38,79	20,41	690,26	8283,10	159,22	224,33	2692,01
Operario 4	1942,67	183,58	1759,09	161,82	236,03	161,89	38,79	80,94	2622,15	31465,79	631,37	852,20	10226,38
Personal de campo 2	971,33	91,79	879,54	80,91	118,02	80,94	38,79	40,47	1330,47	15965,62	315,68	432,40	5188,83
Galponeros 3	1457,00	137,69	1319,31	121,37	177,03	121,42	38,79	60,71	1976,31	23715,70	473,53	642,30	7707,60
Remuneración mensual Operativos	4860,91	459,36	4401,55	404,91	590,60	405,08	155,15	202,54	6619,18	79430,21	1579,79	2151,23	25814,82
Remuneración total anual	9343,99	883,01	8460,98	778,35	1135,29	778,67	387,88	389,33	12813,51	153762,16	3415,06	4693,58	56323,01

Tabla 45: Rol de pagos año 5

CUYERA ANDINA CIA Ltda.

Rol de pagos 5to año													
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (anual)	Equivalente para la exportación Sueldo	Equivalente para la exportación Total de ingresos (mensual)	Equivalente para la exportación Total de ingresos (anual)
Remuneración administrativos													
Gerente general	1339,78	126,61	1213,17	111,60	162,78	111,65	40,11	55,82	1821,75	21860,95	435,43	592,07	7104,81
Contador	870,85	82,30	788,56	72,54	105,81	72,57	40,11	36,29	1198,17	14378,09	283,03	389,41	4672,88
Jefe Veterinario	267,96	25,32	242,63	22,32	32,56	22,33	40,11	11,16	396,44	4757,26	87,09	128,84	1546,11
Jefe de comercialización	937,84	88,63	849,22	78,12	113,95	78,15	40,11	39,08	1287,26	15447,07	304,80	418,36	5020,30
Veterinario Residente	803,87	75,97	727,90	66,96	97,67	66,99	40,11	33,49	1109,09	13309,11	261,26	360,45	4325,46
Asistente de exportación	602,90	56,97	545,93	50,22	73,25	50,24	40,11	25,12	841,85	10102,17	602,90	841,85	10102,17
Remuneración mensual Administrativos	4823,19	455,79	4367,40	401,77	586,02	401,93	240,67	200,97	6654,55	79854,64	1974,49	2730,98	32771,72
Remuneración operarios													
Jefe de Producción	527,07	49,81	477,26	43,90	64,04	43,92	40,11	21,96	741,01	8892,08	171,30	240,83	2889,93
Operario 4	2090,05	197,51	1892,54	174,10	253,94	174,17	40,11	87,09	2819,46	33833,53	679,27	916,32	10995,90
Personal de campo 2	1045,03	98,75	946,27	87,05	126,97	87,09	40,11	43,54	1429,79	17157,44	339,63	464,68	5576,17
Galponeros 3	1567,54	148,13	1419,41	130,58	190,46	130,63	40,11	65,31	2124,62	25495,49	509,45	690,50	8286,03
Remuneración mensual Operativos	5229,68	494,20	4735,48	435,63	635,41	435,81	160,45	217,90	7114,88	85378,53	1699,65	2312,34	27748,02
Remuneración total anual	10052,88	950,00	9102,88	837,40	1221,42	837,74	401,12	418,87	13769,43	165233,18	3674,14	5043,31	60519,74

4.3.4. Detalle Gastos de Exportación

Para los gastos de exportación se tomó en cuenta el transporte interno que está dispuesto desde el cantón Urcuquí donde se encuentra las instalaciones de la empresa hacia el aeropuerto de Quito.

El valor del flete internacional que se pagará de acuerdo al contenedor de 20” refrigerado.

De acuerdo a lo dispuesto en la página web de SecurityDATA, el valor de la firma electrónica y token (Epass3003), el cual tiene un período de dos años es de 72,91 dólares americanos.

Tabla 46: Gastos de exportación

	Costo Unitario	Cantidad mensual	Total mensual	Total anual
Token			3,04	36,46
Embalaje global	3,45	55	189,75	2277,00
Total Ex – Work			192,79	2313,46
Transporte Interno Urcuquí - Quito (Aeropuerto)	208	1	208,00	2496,00
FCA			400,79	4809,46
Flete Internacional	2800	1	2800,00	33600,00
Tasa de almacenaje	85	1	85,00	1020,00
Total CPT			3285,79	39429,46
Seguro de transporte			34,80	417,60
Total CIP			3320,59	39847,06

Fuente: Rates, World Freight (s.f.)

Tabla 47: Seguro de transporte

CPT	3.285,79
10% Sobreseguro	328,58
Suma Asegurada	3.614,37
Prima (0,8%)	28,91
CSB	1,01
SC	0,14
Derecho de emisión	1,00
IVA	3,73
Valor póliza de seguro	34,80

4.3.5. Gastos Unitarios

El costo unitario es el coeficiente que resulta de dividir el costo total entre los volúmenes de producción, con la finalidad de valorar el estado de la producción, calcular la utilidad y realizar análisis de marginalidad Padilla (2003) Es decir el costo incurrido para la fabricación del producto pero en unidades individuales.

Tabla 48: Determinación de gasto unitario

Detalle	Total Mensual
Gastos administrativos	2160,05
Gastos de exportación	3320,59
Total gastos	5480,64
Unidades producidas mensual	650
Gasto por unidad	8,43

4.3.6. Determinación del Precio de Exportación

Para determinar el precio de exportación es fundamental conocer el precio de venta conveniente en el mercado meta, así mismo es importante saber los costos

incurridos para la fabricación del producto, los gastos administrativos y de exportación, los cuales forman parte en la elaboración del producto, de tal forma nos permita obtener utilidades y recuperar la inversión realizada

Tabla 49: Determinación precio unitario

Detalle	Costo prod. Mensual	Cant. Mensual	Costo unitario	Gasto unitario	Costo T. unit.	Utilidad 30%	Precio exportación (Unidad)
Carne de cuy	7540	650	11,60	8,43	20,03	6,01	26,04

4.4. Estructura del Financiamiento

Para poder poner en marcha las actividades de faenamiento y exportación de la empresa Cuyera Andina CIA Ltda se efectuará un préstamo bancario, donde el 60% estará financiado por recursos propios y 40% por préstamo bancario.

Tabla 50: Estructura del financiamiento

Fuente	Porcentaje	Valor
Préstamo Bancario	40,00%	42333,03
Aporte Propio	60,00%	63499,55
TOTAL	100,00%	105832,58

4.4.1. Datos del Financiamiento

De acuerdo al Banco de Guayaquil, la tasa de interés con la cual ellos se manejan para la producción es del 11.83%, porcentaje apropiado para la empresa Cuyera Andina CIA Ltda ya que es una tasa de interes aceptable y convenientemente a diferencia de otras entidades bancarias.

Tabla 51: Datos del financiamiento

Banco	Banco de Guayaquil
Monto	42.333,03
Interés	11,83%
Plazo	60
Periodo	MENSUAL
Garantía	HIPOTECARIO

Fuente: Banco de Guayaquil (s.f.)

4.4.2. Amortización de la Deuda

La tabla de amortización indica detalladamente los pagos que la empresa Cuyera Andina CIA Ltda. debe efectuar hasta la liquidación total de la deuda con el banco de Guayaquil.

Tabla 52: Amortización de la deuda

Períodos de pago	Cuota	Pago de intereses	Amortización del principal	Amortización acumulada del principal	Capital pendiente
0					\$ 42.333,03
1	\$ 938,04	\$ 417,33	\$ 520,71	\$ 520,71	\$ 41.812,32
2	\$ 938,04	\$ 412,20	\$ 525,84	\$ 1.046,55	\$ 41.286,48
3	\$ 938,04	\$ 407,02	\$ 531,03	\$ 1.577,58	\$ 40.755,45
4	\$ 938,04	\$ 401,78	\$ 536,26	\$ 2.113,84	\$ 40.219,19
5	\$ 938,04	\$ 396,49	\$ 541,55	\$ 2.655,39	\$ 39.677,64
6	\$ 938,04	\$ 391,16	\$ 546,89	\$ 3.202,27	\$ 39.130,76
7	\$ 938,04	\$ 385,76	\$ 552,28	\$ 3.754,55	\$ 38.578,48
8	\$ 938,04	\$ 380,32	\$ 557,72	\$ 4.312,28	\$ 38.020,76
9	\$ 938,04	\$ 374,82	\$ 563,22	\$ 4.875,50	\$ 37.457,54
10	\$ 938,04	\$ 369,27	\$ 568,77	\$ 5.444,27	\$ 36.888,76
11	\$ 938,04	\$ 363,66	\$ 574,38	\$ 6.018,65	\$ 36.314,38
12	\$ 938,04	\$ 358,00	\$ 580,04	\$ 6.598,69	\$ 35.734,34
13	\$ 938,04	\$ 352,28	\$ 585,76	\$ 7.184,45	\$ 35.148,58

14	\$ 938,04	\$ 346,51	\$ 591,54	\$ 7.775,99	\$ 34.557,04
15	\$ 938,04	\$ 340,67	\$ 597,37	\$ 8.373,36	\$ 33.959,67
16	\$ 938,04	\$ 334,79	\$ 603,26	\$ 8.976,61	\$ 33.356,42
17	\$ 938,04	\$ 328,84	\$ 609,20	\$ 9.585,82	\$ 32.747,21
18	\$ 938,04	\$ 322,83	\$ 615,21	\$ 10.201,03	\$ 32.132,00
19	\$ 938,04	\$ 316,77	\$ 621,27	\$ 10.822,30	\$ 31.510,73
20	\$ 938,04	\$ 310,64	\$ 627,40	\$ 11.449,70	\$ 30.883,33
21	\$ 938,04	\$ 304,46	\$ 633,58	\$ 12.083,28	\$ 30.249,75
22	\$ 938,04	\$ 298,21	\$ 639,83	\$ 12.723,11	\$ 29.609,92
23	\$ 938,04	\$ 291,90	\$ 646,14	\$ 13.369,25	\$ 28.963,78
24	\$ 938,04	\$ 285,53	\$ 652,51	\$ 14.021,76	\$ 28.311,27
25	\$ 938,04	\$ 279,10	\$ 658,94	\$ 14.680,70	\$ 27.652,33
26	\$ 938,04	\$ 272,61	\$ 665,44	\$ 15.346,14	\$ 26.986,90
27	\$ 938,04	\$ 266,05	\$ 672,00	\$ 16.018,13	\$ 26.314,90
28	\$ 938,04	\$ 259,42	\$ 678,62	\$ 16.696,75	\$ 25.636,28
29	\$ 938,04	\$ 252,73	\$ 685,31	\$ 17.382,07	\$ 24.950,97
30	\$ 938,04	\$ 245,97	\$ 692,07	\$ 18.074,13	\$ 24.258,90
31	\$ 938,04	\$ 239,15	\$ 698,89	\$ 18.773,02	\$ 23.560,01
32	\$ 938,04	\$ 232,26	\$ 705,78	\$ 19.478,80	\$ 22.854,23
33	\$ 938,04	\$ 225,30	\$ 712,74	\$ 20.191,54	\$ 22.141,49
34	\$ 938,04	\$ 218,28	\$ 719,76	\$ 20.911,30	\$ 21.421,73
35	\$ 938,04	\$ 211,18	\$ 726,86	\$ 21.638,16	\$ 20.694,87
36	\$ 938,04	\$ 204,02	\$ 734,03	\$ 22.372,19	\$ 19.960,84
37	\$ 938,04	\$ 196,78	\$ 741,26	\$ 23.113,45	\$ 19.219,58
38	\$ 938,04	\$ 189,47	\$ 748,57	\$ 23.862,02	\$ 18.471,01
39	\$ 938,04	\$ 182,09	\$ 755,95	\$ 24.617,97	\$ 17.715,06
40	\$ 938,04	\$ 174,64	\$ 763,40	\$ 25.381,37	\$ 16.951,66
41	\$ 938,04	\$ 167,12	\$ 770,93	\$ 26.152,30	\$ 16.180,73
42	\$ 938,04	\$ 159,52	\$ 778,53	\$ 26.930,83	\$ 15.402,21
43	\$ 938,04	\$ 151,84	\$ 786,20	\$ 27.717,03	\$ 14.616,00
44	\$ 938,04	\$ 144,09	\$ 793,95	\$ 28.510,98	\$ 13.822,05
45	\$ 938,04	\$ 136,26	\$ 801,78	\$ 29.312,76	\$ 13.020,27
46	\$ 938,04	\$ 128,36	\$ 809,68	\$ 30.122,44	\$ 12.210,59
47	\$ 938,04	\$ 120,38	\$ 817,67	\$ 30.940,11	\$ 11.392,92
48	\$ 938,04	\$ 112,32	\$ 825,73	\$ 31.765,84	\$ 10.567,19
49	\$ 938,04	\$ 104,17	\$ 833,87	\$ 32.599,70	\$ 9.733,33
50	\$ 938,04	\$ 95,95	\$ 842,09	\$ 33.441,79	\$ 8.891,24
51	\$ 938,04	\$ 87,65	\$ 850,39	\$ 34.292,18	\$ 8.040,85

52	\$ 938,04	\$ 79,27	\$ 858,77	\$ 35.150,95	\$ 7.182,08
53	\$ 938,04	\$ 70,80	\$ 867,24	\$ 36.018,19	\$ 6.314,84
54	\$ 938,04	\$ 62,25	\$ 875,79	\$ 36.893,98	\$ 5.439,05
55	\$ 938,04	\$ 53,62	\$ 884,42	\$ 37.778,40	\$ 4.554,63
56	\$ 938,04	\$ 44,90	\$ 893,14	\$ 38.671,55	\$ 3.661,49
57	\$ 938,04	\$ 36,10	\$ 901,95	\$ 39.573,49	\$ 2.759,54
58	\$ 938,04	\$ 27,20	\$ 910,84	\$ 40.484,33	\$ 1.848,70
59	\$ 938,04	\$ 18,23	\$ 919,82	\$ 41.404,15	\$ 928,89
60	\$ 938,04	\$ 9,16	\$ 928,89	\$ 42.333,03	(\$ 0,00)

Los intereses se reforman cada año debido a que el capital va cubriendo el financiamiento

	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	4.657,81	3.833,44	2.906,08	1.862,86	689,31
Capital	6.598,69	7.423,07	8.350,43	9.393,65	10.567,19

4.5. Determinación Costo de Capital

Gitman & Lawrence (2003, pág. 389) determina que “El costo de capital es la tasa de rendimiento que una empresa debe ganar en los proyectos en los que invierte para mantener su valor de mercado y atraer fondo”.

Tabla 53: Costo de capital

Detalle	Valor	Porcentaje	Tasa mínima aceptable de rendimiento	Ponderación
Inversión Propia	63499,55	60,00%	22,08%	13,25%
Inversión Financiada	42333,03	40,00%	11,83%	4,73%

Total	105832,58	100,00%	33,91%	17,98%
Inflación				1,73%
El costo de capital de la empresa es del	18,29%			

4.6. Cálculos de la Depreciación

Los activos fijos tienen un tiempo límite de vida útil, una vez cumplido este período inicia la depreciación, cabe señalar que los terrenos no se deprecian ya que estos no sufren ningún desperfecto, los equipos computación mantienen una vida útil de 3 años ya que son propensos a quedar obsoletos y la tecnología continúa avanzando y proporcionando equipos más modernos.

Tabla 54: Depreciación

Detalle	Valor	Depreciación	Valor
Vehículo	29900,00	20%	5980,00
Terreno	6500,00		
Construcción	41500,00	5%	2075,00
Muebles y enseres	366,00	10%	36,60
Equipos de Cómputo	699,00	33%	230,67
Equipos de Oficina	169,06	10%	16,91
Maquinaria	12277,88	10%	1227,79
Total			9566,964

4.7. Determinación de los Presupuestos

4.7.1. Presupuesto de Ventas

El presupuesto de ventas nos señala el número de unidades de cuyes empacados al vacío que lograrán ser vendidos en un periodo de 5 años y crecerá en un 10%, donde el precio que se proyecta es de acuerdo a la inflación promedio 1,73%, proporcionado por el Banco Central del Ecuador

Tabla 55: Presupuesto de ventas

Carne de cuy			
Año	Cantidad de cuy	Precio	Total
1	7800	26,04	203121,99
2	8580	26,49	227299,60
3	9438	26,95	254355,07
4	10382	27,42	284630,95
5	11420	27,89	318510,57
Total			1287918,17

4.7.2. Presupuesto de Costos

Tabla 56: Presupuesto de costos

Carne de cuy			
Año	Cantidad	Precio	Total
1	7800	11,60	90480,02
2	8580	11,80	101249,85
3	9438	12,00	113301,62
4	10382	12,21	126787,91
5	11420	12,42	141879,48
Total			573698,89

4.7.3. Presupuesto de Gastos

4.7.3.1 Gastos Administrativos

Las proyecciones realizadas se encuentran relación a la inflación promedio del Ecuador 1,73%

Tabla 57: Gastos administrativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	300,00	305,19	310,47	315,84	321,30
Energía Eléctrica	360,00	366,23	372,56	379,01	385,57
Teléfono	216,00	219,74	223,54	227,41	231,34
Internet Banda Ancha	335,88	341,69	347,60	353,62	359,73
Suministros de Oficina	780,00	793,49	807,22	821,19	835,39
Sueldos	23028,73	23427,12	23832,41	24244,71	24664,15
Mejoramiento página web	300,00	305,19	310,47	315,84	321,30
Artículos de limpieza	600,00	610,38	620,94	631,68	642,61
Total	25920,61	26369,03	26825,22	27289,29	27761,40

4.7.3.2. Gatos de Exportación

Tabla 58: Gastos de exportación

Detalle	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Token	36,46	36,46	37,09	37,09	37,09
Embalaje global	2277,00	2316,39	2356,47	2397,23	2438,70
Total Ex – Work	2313,46	2352,85	2393,55	2434,32	2475,79
Transporte Interno Urcuquí – Quito	2496,00	2539,18	2583,11	2627,80	2673,26
Total FCA	4809,46	4892,03	4976,66	5062,12	5149,05
Flete Internacional	33600,00	34181,28	34772,62	35374,18	35986,16
Tasa de almacenaje	1020,00	1037,65	1055,60	1073,86	1092,44
Total CPT	39429,46	40110,95	40804,87	41510,16	42227,64
Seguro de transporte	417,60	424,83	432,18	439,65	447,26
Total CIP	39847,06	40535,78	41237,05	41949,81	42674,90

4.8. Depreciaciones

Tabla 59: Depreciaciones

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vehículo	5980,00	5980,00	5980,00	5980,00	5980,00
Construcción	2075,00	2075,00	2075,00	2075,00	2075,00
Muebles Enseres	36,60	36,60	36,60	36,60	36,60
Equipo de Computación	230,67	230,67	230,67		
Equipo de Oficina	16,91	16,91	16,91	16,91	16,91
Maquinaria	1227,79	1227,79	1227,79	1227,79	1227,79
Total depreciaciones	9566,96	9566,96	9566,96	9336,29	9336,29

4.9. Estados Financieros

4.9.1 Estado de Resultados

De acuerdo a Jiménez (2012) menciona que “El Estado de Resultados resume las operaciones de la empresa derivadas de sus actividades económicas de comprar, producir, transformar y de vender durante un periodo determinado”

El estado de resultados nos indica las operaciones realizadas por la empresa Cuyera Andina CIA Ltda durante el ciclo de 5 años, además señala los datos sobre los ingresos y egresos realizados por la compañía, asimismo nos ayuda a realizar el cálculo de la utilidad, los impuestos que se deben costear al Estado al igual que la participación a los trabajadores.

Tabla 60: Estado de resultados

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas					
Carne de cuy	203121,99	227299,60	254355,07	284630,95	318510,57
Total Ingresos	203121,99	227299,60	254355,07	284630,95	318510,57
(-) Costo de Ventas					
Carne de cuy	90480,02	101249,85	113301,62	126787,91	141879,48
Total Costos	90480,02	101249,85	113301,62	126787,91	141879,48
(=) Utilidad Bruta	112641,97	126049,74	141053,44	157843,04	176631,09
(-) Gastos					
Operacionales					
Gastos Administrativos	25920,61	26369,03	26825,22	27289,29	27761,40
Gasto de Exportación	39847,06	40535,78	41237,05	41949,81	42674,90
Depreciación	9566,96	9566,96	9566,96	9336,29	9336,29
Amortización	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00
Total gastos	75.614,63	76.751,78	77.909,23	78.855,40	80.052,59

(=) Utilidad después de Operaciones	37.027,34	49.297,96	63.144,21	78.987,64	96.578,50
(-) Gastos Financieros					
Intereses	4.657,81	3.833,44	2.906,08	1.862,86	689,31
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores	32.369,53	45.464,52	60.238,13	77.124,78	95.889,19
(-) 15% Participación de trabajadores					
(=) Utilidad antes de Impuestos	27.514,10	38.644,85	51.202,41	65.556,06	81.505,81
(-) 22% Impuesto a la Renta					
(=) Utilidad Neta	21.461,00	30.142,98	39.937,88	51.133,73	63.574,53

4.9.2. Balance General

Según lo expresado por Martínez (2005), “El Balance General es un documento contable que demuestra la situación financiera de una entidad económica para un momento determinado, en la medida en que dicha situación sea expresable en términos monetarios y según sean reflejados por los registros contables, de igual forma presenta los bienes, obligaciones y el patrimonio de una entidad”

Tabla 61: Balance General

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Capital de Trabajo	13.020,64	Deudas <1 Año	0,00
Total Activos Corrientes	13.020,64	Total Pasivos Corto Plazo	0,00
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Vehículo	29.900,00	Préstamos Bancarios	42.333,03
Terreno	6.500,00	Total Pasivos Largo Plazo	42.333,03

Construcción	41.500,00		
Muebles y enseres	366,00		
Equipos de Cómputo	699,00		
Equipos de Oficina	169,06		
Maquinaria	12.277,88	Total Pasivos	42.333,03
Total Activos Fijos	91.411,94		

Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1.400,00	Capital Social	63.499,55
Total Activos Diferidos	1.400,00	Total Patrimonio	63.499,55

Total Activos	105.832,58	Total Pasivo + Patrimonio	105.832,58
----------------------	-------------------	----------------------------------	-------------------

4.9.3 Flujo de Efectivo

Según el Consejo Técnico de la Contaduría (2017), se entiende que el flujo de efectivo “es un estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Para el efecto debe determinarse el cambio en las diferentes partidas del balance general que inciden en el efectivo”.

Tabla 62: Flujo de Efectivo

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	21.461,00	30.142,98	39.937,88	51.133,73	63.574,53
Depreciaciones	9.566,96	9.566,96	9.566,96	9.336,29	9.336,29
Flujo de efectivo neto	31.027,96	39.709,94	49.504,85	60.470,02	72.910,82

4.10. Evaluación Económica del Proyecto

4.10.1. Valor Presente Neto (VPN)

Barrachina (2013) señala que “El valor presente neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto; a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.”

El valor presente neto señala un resultado positivo, lo que muestra que cubre la inversión y gastos realizados por la empresa Cuyera Andina CIA Ltda manifestando de tal forma que el proyecto es posible.

Tabla 63: Valor presente neto

Año	Flujo efectivo	Factor de actualización	Flujos actualizados
1	31.027,96	0,845	26.230,72
2	39.709,94	0,715	28.380,07
3	49.504,85	0,604	29.910,17
4	60.470,02	0,511	30.886,48
5	72.910,82	0,432	31.483,09
Valor Presente			146.890,53
Inversión Inicial			105.832,58
VPN			41.057,95

4.10.2. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

La empresa Cuyera Andina CIA Ltda conseguirá recuperar su inversión en 3 años 8 meses, 6 días.

Tabla 64: Período de Recuperación de la Inversión

	Flujo actualizado	Flujo acumulado
Año		105.832,58
1	26.230,72	79.601,86
2	28.380,07	51.221,79
3	29.910,17	21.311,62
4	30.886,48	9.574,86
5	31.483,09	
PRI	3,69	AÑOS

4.10.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Torres (2016) Expresa que la “Tasa interna de retorno es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión”

La Tasa Interna de Retorno muestra como resultado un 32,04% misma que se calculó con la inversión inicial y los flujos de efectivo anuales quienes fueron proyectados a 5 años, dando como resultado que el TIR es mayor al costo de oportunidad 18,29%, lo que representa que el proyecto es factible.

Tabla 65: Tasa interna de retorno

Año	Flujo efectivo	Inversión inicial
	(105.832,58)	
1	31.027,96	105.832,58
2	39.709,94	
3	49.504,85	
4	60.470,02	
5	72.910,82	
	TIR	32,04%

4.11. Punto de Equilibrio

Carro (1998) nos dice que “El punto de equilibrio es aquel donde el volumen de ventas de la empresa ha conseguido, mediante la contribución marginal generada, cubrir los costos fijos, y, por ende, comenzar a producir utilidades al negocio”

El punto de equilibrio simboliza la recuperación de los costos incurrido para la obtención del producto final, esto quiere decir que la empresa Cuyera Andina CIA Ltda puede vender su producto a 26,04 dólares dando, así como resultado un equilibrio donde la compañía no gana ni pierde.

Tabla 66: Punto de equilibrio

Cuentas	Fijos	Variables	Total
Costos de producción		90480,02	90480,02
Gastos administrativos			0,00
Agua	300,00		300,00
Energía Eléctrica	360,00		360,00
Teléfono	216,00		216,00
Internet Banda Ancha	335,88		335,88
Suministros de Oficina	780,00		780,00
Sueldos	23028,73		23028,73
Artículos de limpieza	600,00		600,00
Depreciaciones	9566,96		9566,96
Amortizaciones	280,00		280,00
Gastos de exportación	280,00		280,00
Token	36,46		36,46
Embalaje global		2277,00	2277,00
Transporte Interno Urcuquí – Quito	2496,00		2496,00
Tasa de almacenaje		1020,00	1020,00
Flete Internacional		33600,00	33600,00
Póliza de seguro		417,60	417,60

Total	38280,03	127794,62	166074,65
--------------	-----------------	------------------	------------------

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO}$$

4.11.1. Margen de Contribución

El margen de contribución es también conocido como Utilidad Marginal, o el exceso de los ingresos con respecto a los Costos Variables; del mismo modo puede ser la parte que contribuye a cubrir los costos fijos y proporciona una utilidad Valdez (s.f.)

Tabla 67: Margen de contribución

Producto	Precio	C. Unit.	Margen Contrib.
Carne de cuy	26,04	11,60	14,44
Margen de contribución ponderado			14,44

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{38280,03}{14,44} = 2650,7$$

4.11.2. Punto de Equilibrio por Unidades Físicas

Tabla 68: Punto de Equilibrio por Unidades Físicas

Producto	P.E. unid físicas
-----------------	--------------------------

Carne de cuy	2651
--------------	------

4.11.3. Punto de Equilibrio por Unidades Monetarias

Tabla 69: Punto de Equilibrio por Unidades Monetarias

Producto	Cantidad	Precio	P.E unidades monetarias
Carne de cuy	2651	26,04	69028,58
TOTAL			69028,58

CONCLUSIONES GENERALES

- Por tratarse de un producto nativo de países sur americanos el cual se considera como un alimento exótico, el cual posee altas propiedades nutricionales a comparación de otras carnes ya que contiene mayor porcentaje de proteína y menor cantidad de grasa es por ello que se considera apto para el consumo humano, su demanda en el mercado ecuatoriano es muy significativa, ya que es un producto muy apetecido y valorado dentro de esta región
- De acuerdo al análisis de estudio de mercado se logró determinar que Estados Unidos – California es un mercado apropiado para la exportación de carne de cuy congelado, aprovechando de esta manera la gran población de personas latinas radicados en este país quienes son nuestro principal público objetivo; sin embargo, no se descarta la posibilidad de la aceptación por parte de residentes nativos al momento de conocer las bondades nutricionales que la carne de cuy proporciona.
- Según la investigación realizada se puede concluir que la internacionalización es muy beneficiosa para la empresa ya que contribuye al crecimiento de la misma, obtener mayor rendimiento económico y disminuir el riesgo causado por la concentración en un solo mercado.
- De acuerdo al análisis previo de los indicadores financieros podemos comprobar que el proyecto resulto económicamente factible al observar el Valor Presente Neto de 41.057,95 dólares americanos cantidad positiva y una Tasa Interna de Retorno de 32,04%, valores que resultan considerables en los márgenes de utilidad.
- La puesta en marcha del proyecto ayudará al desarrollo económico de la empresa ya que incrementará sus ganancias y del país puesto que contribuirá a crear fuentes de empleo, e ingreso de divisas.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda tomar en cuenta la inclusión de este proyecto ya que al implementarlo logrará contribuir al crecimiento de la empresa.
- Se recomienda que la empresa logre involucrarse en ferias internacionales organizadas por entidades pertinentes del Ecuador, de tal manera pueda promocionar su producto y encontrar posibles clientes internacionales.
- Es importante que los trabajadores y operarios de la empresa mantengan una formación constante acerca de la crianza, cuidados, reproducción y faenamiento de este animal para así poder obtener una carne de excelente calidad, además de capacitarse en temas de exportación con el ánimo de ampliar los conocimientos y mejorar en el área de negociaciones.
- Se recomienda a la empresa tomar en cuenta la propuesta de incorporar en sus instalaciones la planta de faenamiento mismo que contribuirá a disminuir los gastos de faenamiento, asimismo es aconsejable tomar en cuenta los índices financieros obtenidos en esta investigación ya que reflejan que el proyecto es viable.
- El MAGAP debe realizar una investigación más profunda y actualizar los datos que posee acerca de la producción de cuy tanto a nivel nacional como local para así tener mayor información y aprovechar aquellos datos en la creación de proyectos de exportación
- Es importante que la compañía pueda explorar nuevas alternativas de mercados, en los cuales exista la demanda necesaria, con el objetivo de conseguir el crecimiento empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

ALADI. (s.f.). Glosario. Obtenido de Glosario:

<http://www.aladi.org/nsfaladi/vbasico.nsf/1ed4a9f9b2b8176983256937003ee6b8/be588f3067685cbc032574a2005ae3a1?OpenDocument>

American Fact Finder. (2017). Población. Obtenido de

<https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?src=bkmk>

ANDINA. (2013). Perú se prepara para exportar carne de cuy a Alemania, Suecia y Noruega. Obtenido de Perú se prepara para exportar carne de cuy a Alemania, Suecia y Noruega: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-peru-se-prepara-para-exportar-carne-cuy-a-alemania-suecia-y-noruega-478443.aspx>

Araya, A. (2009). El proceso de internacionalización de las empresas. Obtenido de El proceso de internacionalización de las empresas:

<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiPgZiriYLVAhXDjZAKHSF4BskQFghVMAk&url=https%3A%2F%2Fdia.net.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F3202468.pdf&usg=AFQjCNEd4hbeyzCLURjJn72uqL043o00WQ>

Ataucusi, S. (11 de 2015). Manejo técnico de la crianza de cuyes. Obtenido de Manejo técnico de la crianza de cuyes:

<http://www.caritas.org.pe/documentos/MANUAL%20CUY%20PDF.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2010). Carta de Crédito. Obtenido de

https://www.bce.fin.ec/documents/pdf/servicios_bancarios/tallerCCREDITO.pdf

Banco de Guayaquil. (s.f.). Obtenido de

<https://www.bancoguayaquil.com/Portals/0/archivos/transparencia/TARIFARIOS-FOLLETO.pdf>

- Baños, F. (2010). Proyecto de comercialización de cuyes/ censo agropecuario. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4647/1/UPS-ST000504.pdf>
- Barrachina, M. (2013). Valor actual neto. Obtenido de <https://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/valor-actual-neto-van/>
- BusinessCol,. (2017). Incoterms. Obtenido de Incoterms: <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- Cámara de comercio de Quito. (2016, 01 01). Guía general del exportador. Retrieved from http://www.lacamaradequito.com/media/com_lazypdf/pdf/Gua_General%20_del_Exportador.pdf
- Camila Rodriguez. (s.f.). Imbabura. Obtenido de Imbabura: <https://tj3camilarodriguez.wordpress.com/>
- Carro, R. (1998). Elementos básico de costos. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiyociSvN3XAhWxQ98KHS9vARQQFggnMAE&url=http%3A%2F%2Feco.unne.edu.ar%2Fcontabilidad%2Fcostos%2FXXVliapuco%2Ftrabajo1.doc&usg=AOvVaw2q2BWY6XMi552PvqL64Aow>
- Cataluña, G. d. (04 de 11 de 2012). Formas de internacionalización. Obtenido de Formas de internacionalización: http://inicia.gencat.cat/inicia/images/es/internalitzacio_CAS_tcm141-66558_tcm141-66558.pdf
- CIA. (2017). Estados Unidos. Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>
- Claro. (s.f.). Obtenido de <https://www.claro.com.ec/personas/servicios/servicios-hogar/internet/>
- Consejo Técnico de la Contaduría. (2017). Estado de flujo de efectivo. Obtenido de <https://www.gerencie.com/estado-de-flujos-de-efectivo.html>

Consultoría, c. e. (s.f.). EXPORTACIÓN DE CARNE DE CUY. Obtenido de EXPORTACIÓN DE CARNE DE CUY: <http://www.rmr-peru.com/exportacion-cuyes.htm>

CuyeraAndina. (Noviembre de 2017). Producción.

DePerú.com. (2006). Mega proyecto, crianza de cuyes. Obtenido de Mega proyecto, crianza de cuyes: <http://www.deperu.com/notasdeprensa/230/mega-proyecto-de-crianza-de-cuyes-para-exportacion>

El economista america. (2016). Obtenido de <http://www.eleconomistaamerica.pe/mercados-eAmperu/noticias/7892258/10/16/El-consumo-anual-per-capita-de-cuy-alcanzo-el-medio-kilo-.html>

El Universo. (2016). Azuay promueve la crianza d cuyes. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/11/21/nota/5914063/azuay-promueven-crianza-cuyes-como-fuente-ingresos>

Elizabeth Velazquez. (2012). Canales de distribución. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf

EmpresaCucuy. (s.f.). Exportación de cuy. Obtenido de Exportación de cuy: <http://cuyperu.blogspot.com/>

Exportaciones del Perú (Diario uno). (2015). Perú fortalece e incremeNta exportación de carne de cuy. Obtenido de Perú fortalece e incremeNta exportación de carne de cuy: <https://exportacionesdelperu.blogspot.com/2015/08/peru-fortalece-e-incrementa.html>

F.A.O. (s.f.). SANIDAD ANIMAL. Obtenido de SANIDAD ANIMAL: <http://www.fao.org/animal-health/es/>

Faga, H. A., & Ramos, M. E. (2006). Como profundizar el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales. Buenos Aires: Granica S.A.

- FDA - Food and Drug Administration. (s.f.). Etiquetado. Obtenido de <https://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm247928.htm#general>
- Flexiplast. (s.f.). Empaque al vacío. Obtenido de <http://www.flexiplast.com/web/productos-2/alta-barrera/bolsas-para-empaque-al-vacio/>
- Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social - FONCODES. (s.f.). Crianza de cuyes. Obtenido de Crianza de cuyes: <http://www.paccperu.org.pe/publicaciones/pdf/Crianza%20de%20cuyes.pdf>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (s.f.). F.A.O, Producción de Cuyes . Obtenido de F.A.O, Producción de Cuyes : <http://www.fao.org/docrep/W6562s/w6562s01.htm>
- Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje - FAVA. (s.f.). Obtenido de https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/137126_1_VIRTUAL/contenidos/oaaps/oaap6/oas/oa_simbolosmercancias/pdf/oa_simbolos_y_manejo_de_mercancias.pdf
- Fundación Universitaria Iberoamericana. (s.f.). Valor nutricional. Obtenido de <http://www.veterinarioperu.com/valor-nutritivo-de-la-carne-de-cuy/>
- GESTIÓN. (07 de 2017). Exportación: Datos clave para la conquista del cuy en el mercado internacional. Obtenido de Exportación: Datos clave para la conquista del cuy en el mercado internacional: <https://gestion.pe/tendencias/exportacion-datos-clave-conquista-cuy-mercado-internacional-2194627>
- Gitman, & Lawrence. (2003). Principios de Administración Financiera . México: Enrique Quintanar Duarte.
- Google Maps. (s.f.). Empresa Cuyera Andina. Obtenido de Empresa Cuyera Andina: <https://www.google.com.ec/maps/place/Cuyera+Andina/@0.3797015,->

78.2178819,916m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x8e2a39448d16d56d:0
x2ab948c6692905bc!8m2!3d0.3797015!4d-78.2156932!5m1!1e4

Group, A. C. (s.f.). Internacionalizarce y expanderse a nuevos mercados.

Obtenido de Internacionalizarce y expanderse a nuevos mercados:
<https://ayrni.wordpress.com/2015/07/20/ventajas-y-desventajas-de-exportar/>

Guerra, C. (10 de 2009). Manual técnico de crianza de cuyes. Obtenido de Manual técnico de crianza de cuyes:

http://www.cedepas.org.pe/sites/default/files/manual_tecnico_de_crianza_de_cuyes.pdf

Hora, L. (2017). Tecnificación de la crianza de cuyes. Obtenido de

<https://lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102104067/tungurahua-apunta-a-la-tecnificacion-en-crianza-de-cuyes>

INIAP. (s.f.). Producción de cuyes. Obtenido de Producción de cuyes:

http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/Manual_%20cuyes.pdf

Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. (s.f.). Producción de cuyes.

Obtenido de Producción de cuyes:

http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/Manual_%20cuyes.pdf

Jairo Córdoba. (s.f.). Obtenido de

https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/137126_1_VIRTUAL/contenidos/oaaps/oaap6/oas/oa_simbolosmercancias/pdf/oa_simbolos_y_manejo_de_mercancias.pdf

Jiménes, W. (2012). Gestipolis. Obtenido de Estados financieros:

<https://www.gestipolis.com/el-estado-de-resultados-o-de-perdidas-y-ganancias/>

La república. (s.f.). Cuy ingresa a mercados internacionales . Obtenido de Cuy ingresa a mercados internacionales :

<http://larepublica.pe/economia/360942-cuy-ingresa-a-mercados-internacionales>

- Lideres, R. (2017). El cuy crece. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/cuy-crece-region-central-economia.html>
- MACMAP. (2017). Aranceles. Obtenido de <http://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?product=02089091&country=842&partner=218&year=2017&source=1|ITC&AV E=1>
- Market access map. (s.f.). Arancel. Obtenido de <http://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?product=02089091&country=842&partner=218&year=2016&source=1|ITC&AV E=1>
- Martinez, F. (2005). Administración. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=15&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi16PaRsN3XAhVCm-AKHXTpAX8QFghpMA4&url=https%3A%2F%2Fagrovida.files.wordpress.com%2F2010%2F10%2Fmodulo-8-contabilidad-bc3a1sica.doc&usg=AOvVaw3DohoO2OiyUujXmCPkQL>
- Mazuelos, V. (s.f.). Exportación de carne de cuy congelado. Obtenido de <https://es.slideshare.net/GonzaloMurria/plan-de-negocio-exportacion-cuy>
- MINAGRI. (2013). Exportación de cuy. Obtenido de <http://semanaeconomica.com/article/economia/comercio-exterior/126731-minagri-el-90-de-las-exportaciones-de-cuy-tiene-como-destino-a-estados-unidos/>
- MINAGRI. (s.f.). Cuyes. Obtenido de Cuyes: <http://www.minagri.gob.pe/portal/especial-iv-cenagro/40-sector-agrario/situacion-de-las-actividades-de-crianza-y-produccion/300-cuyes?start=1>
- Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Competitividad. (s.f.). Congreso de los Estados Unidos aprueba SGP. Obtenido de Congreso de los Estados Unidos aprueba SGP: <http://www.produccion.gob.ec/congreso-de-los-estados-unidos-aprueba-sgp/>

- Muebles Confort, Nova Tec Ibarra, Chevrolet, Provesum, Mercado libre. (s.f.).
- Muñoz, M., & Rubén Narváez. (01 de 2015). Plan de exportación de carne de cuy. Obtenido de Plan de exportación de carne de cuy: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9041/1/UPS-GT000799.pdf>
- nferias. (s.f.). Ferias Internacionales. Obtenido de <http://www.nferias.com/alimentacion/estados-unidos/>
- Olmos, F. (30 de Noviembre de 2016). Educación universitaria. Obtenido de Educación universitaria: <http://fredyolmos.com.ve/diccionario-de-economia/la-importancia-de-las-importaciones-y-exportaciones/>
- OMC . (s.f.). Aranceles y negociaciones arancelarias. Obtenido de Aranceles y negociaciones arancelarias: https://ecampus.wto.org/admin/files/Course_419/Module_1448/ModuleDocuments/NAMA-M3-R1-S.pdf
- Padilla, G. (2003). Costos y presupuestos. Obtenido de http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/3/costos_y_presu.pdf
- paper, I. (s.f.). Embalajes para productos refrigerados y congelados. Obtenido de <http://www.internationalpaper.com/es/productos/europa-oriente-medio-%C3%A1frica/cart%C3%B3n-estucado/segmentos-de-uso-final/embalajes-para-alimentos-refrigerados-y-congelados>
- Plataforma tecnológica española de sanidad animal . (s.f.). sanidad animal. Obtenido de sanidad animal: http://www.vetmasi.es/plataforma-tecnologica-espanola-de-sanidad-animal/espanol/la-sanidad-animal_20_1_ap.html
- Pozo, J. (Mayo de 2014). Propiedad del cuy. Obtenido de Propiedad del cuy: <http://diariocorreo.pe/gastronomia/conoce-los-beneficios-de-comer-cuy-para-prev-29174/>
- PROECUADOR . (2016). Trámite en aduana. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/cual-es-el-tramite-en-aduana-que-debo-hacer-para-realizar-una-exportacion/>

- PROECUADOR. (2014). Guía para el exportador . Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/GuiaExportador.pdf>
- Proecuador. (2014). Perfil Logístico. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/12/PROEC_GL2014_USA.pdf
- Proecuador. (2015). Recuperado el 30 de 05 de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Ficha-Comercial-de-Francia-Mar-2015.pdf>
- PROECUADOR. (2015). Guía logística. Obtenido de Guía logística: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/Guia-Logistica-Internacional-2015.compressed.pdf>
- PROECUADOR. (2016). Barreras Arancelarias. Obtenido de Barreras Arancelarias: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- PROECUADOR. (2016). Comercio exterior. Obtenido de Comercio exterior: <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>
- PROECUADOR. (2016). Comercio exterior. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>
- PROECUADOR. (s.f.). PROECUADOR. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>
- Provesum. (s.f.).
- Rafael Muñiz. (s.f.). Marketing XXI. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>
- Rates, World Freight. (s.f.). Obtenido de <http://worldfreightrates.com/es/freight>

- Riquelme, M. (s.f.). Gastos administrativos. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>
- Romero, R. (01 de 2006). Promonegocios. Obtenido de Promonegocios: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- Salcedo, D. (s.f.). Minuta de escritura. Obtenido de https://www.academia.edu/9413870/Ejemplo_Minuta_Comp%C3%B1a_Limitada
- Santander. (2017). Estados Unidos . Obtenido de Estados Unidos : <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/presentacion-general>
- SENAE. (2015). Manual . Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/SENAE-GOE-2-2-001-V3-1.pdf>
- SENAE. (2015). Manual de tasas por servicios aduaneros. Obtenido de Manual de tasas por servicios aduaneros: <https://www.aduana.gob.ec/files/pro/pro/oce/2015/SENAE-MEE-2-7-005-V1.pdf>
- SENAE. (05 de 2017). Boletines. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2012/Formato%20DAE%20y%20DAI.JPG>
- Servicio Nacional de aduana del Ecuador . (2014). Resolución Nro. SENAE-DGN-2014-0846-RE. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/res/2014/SENAE-DGN-2014-0846-RE.pdf>
- SICE. (2017). Sistema generalizado de preferencias. Obtenido de Sistema generalizado de preferencias: http://www.sice.oas.org/TPD/GSP/GSP_Schemes_s.ASP
- SIICEX. (2015). Guia de mercados. Obtenido de Guia de mercados: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>

- SIICEX. (2015). Guía de requisitos para acceso a EEUU. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>
- Soto, B. (s.f.). Gestión.org . Obtenido de Gestión.org : https://www.gestion.org/economia-empresa/creacion-de-empresas/3985/clasificacion-de-las-empresas/#Clasificacion_de_las_empresas_segun_suambito_estatal
- Teresa Montes. (2012). Crianza tecnificada de cuyes. Obtenido de <http://www.agrobanco.com.pe/data/uploads/ctecnica/015-a-crianza-tecnificada.pdf>
- Tia. (s.f.). Obtenido de <https://www.corporativo.tia.com.ec/proveedor/producto/lista?page=13>
- Torres, M. (2016). TIR. Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>
- Trade Map. (s.f.). Exportación, producto 020890. Obtenido de Exportación, producto 020890: http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||020890|||6|1|1|2|1|1|2|6|1
- Trade Map. (s.f.). Importaciones, producto 020890 . Obtenido de Importaciones, producto 020890 : http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||020890|||6|1|1|1|1|1|2|6|1
- Valdez, L. (s.f.). Costos para la toma de decisiones. Obtenido de <http://uaim.edu.mx/carreras/contaduria/COSTOS%20PARA%20LA%20TOMA%20DE%20DECISIONES.pdf>
- Zaldívar, L. C. (s.f.). ESTUDIO FAO PRODUCCION Y SANIDAD ANIMAL . Obtenido de ESTUDIO FAO PRODUCCION Y SANIDAD ANIMAL : <http://www.uap.edu.pe/intranet/fac/material/04/20102BT040104441040107011/20102BT04010444104010701118116.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA “PUCE-SI”

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL “ENCI”

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PROPUESTA PARA LA EXPORTACIÓN DE CARNE DE CUY DESDE LA EMPRESA CUYERA ANDINA HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Negocios Internacionales E.1

AUTORA: Díaz Lara Andrea Karina

IBARRA, DICIEMBRE, 2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. NOMBRE DEL PROYECTO.....	175
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES).....	175
1. JUSTIFICACIÓN	6
2. OBJETIVOS	179
3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	179
4. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	186
5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	20
8. RECURSOS	23
9. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	24
10. ANEXOS	25

ÍNDICE FIGURAS Y TABLAS

Figura 1 Árbol de problemas aplicado a la empresa cuyera andina.....	176
Figura 2 Matriz de Relación	190
Figura 3 Cronograma de Actividades.....	20
Tabla 1 Recursos humanos, materiales y otro	23

1. NOMBRE DEL PROYECTO

Propuesta para la exportación de carne de cuy desde la empresa cuyera andina hacia el mercado estadounidense.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

Ecuador es un país rico y diverso en flora y fauna además posee gran variedad de vida animal como se puede destacar el cavia porcellus quien es originario de la región andina y su consumo en esta región es muy elevado debido a que se considera a la carne de cuy muy saludable, por su alto contenido proteínico y bajo contenido en grasas además su sabor es tan peculiar y exótico quien hace de este un producto atractivo a la mayoría de personas que buscan una alimentación diferente y sana **(pozo, 2014)**; este sector de producción no ha sido aprovechado por las industrias locales, limitando su potencialidad de criar mamíferos nuevos que no han sido explotados en el área de exportación y muy demandado en el exterior por compatriotas ecuatorianos, latinos y personas amantes de la comida exótica o con un valor cultural. **(ANDINA, 2013)**

Cuyera Andina ubicada en la provincia de Imbabura dedicada a la crianza y venta de cuyes, presenta debilidades como el desconocimiento de los procesos para diversificar su cartera de clientes nacionales por otros en el mercado internacional principalmente Estados Unidos, mercado objetivo para realizar la exportación de carne de cuy; la empresa desconoce la potencialidad de la carne de cuy en otros mercados, no ha explorado otras alternativas de negocios ya que también existe falta de conocimiento sobre los procesos de exportación y cuál es el mercado indicado al que debe dirigirse; debido a estos inconvenientes los productores destinan sus animales al mercado nacional, obteniendo así una desventaja como es la pérdida de potenciales clientes a pesar de tener producción suficiente para realizar la exportación. Los factores que pueden influir para generar desventajas es el desconocimiento de los productores, al igual que barreras que existen al comercio.

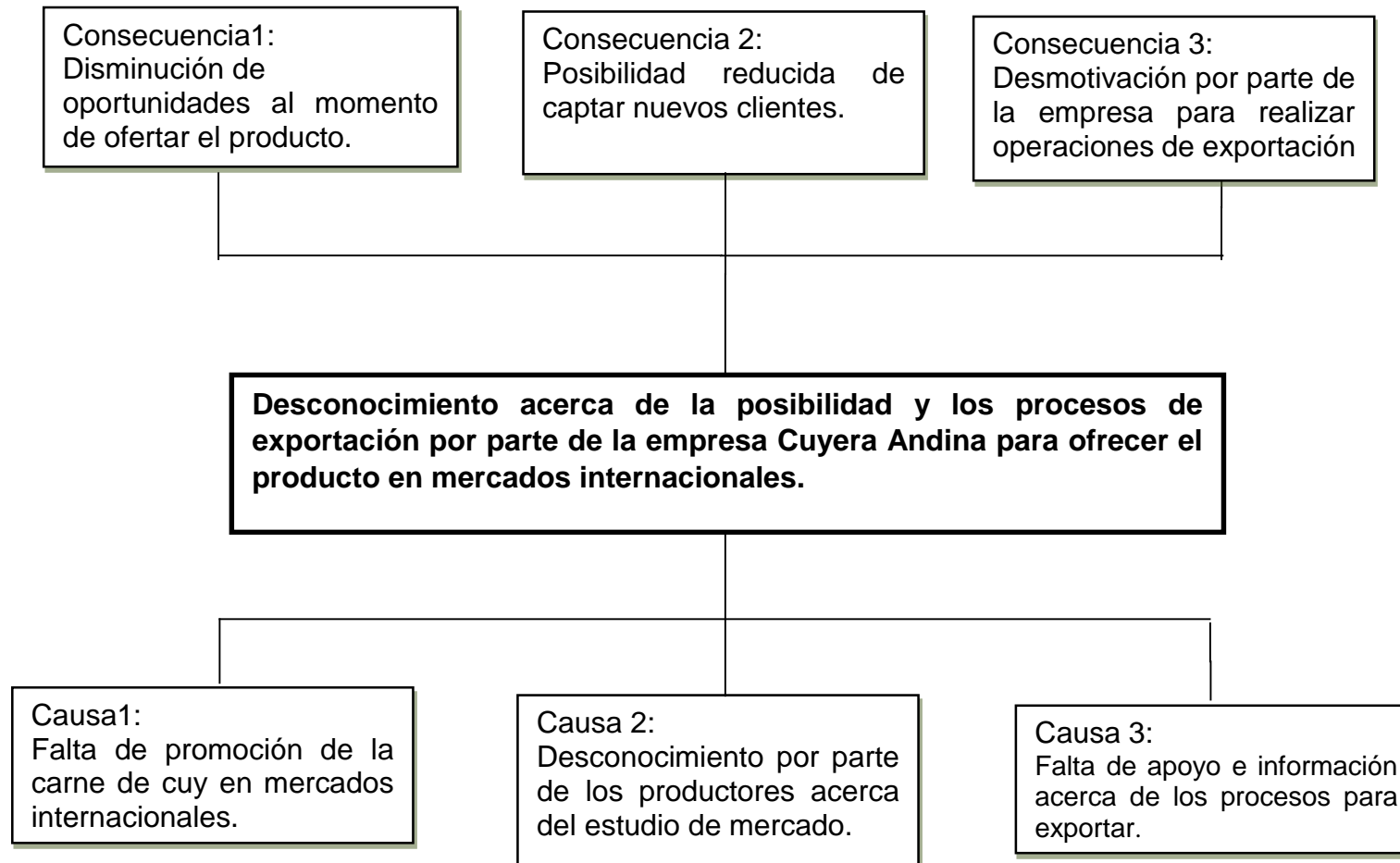


Figura 25 Árbol de problemas aplicado a la empresa Cuyera Andina

Elaborado por: la autora

3. JUSTIFICACIÓN

El Ecuador siempre ha sido un país rico en biodiversidad además de poseer tradiciones y una cultura exquisita en gastronomía, por tal motivo es ineludible diseñar una propuesta de exportación de carne de cuy hacia un país como Estados Unidos donde se encuentra concentrada la mayor parte de compatriotas latinos quienes demandan este producto para su consumo.

Este mamífero denominado cuy, es originario de América del Sur en especial de las cordilleras montañosas **(Cunipic, 2014)** es ahí donde nace su producción, y la intención de ser exportado a países que lo requieran como es Estados Unidos, debido a la demanda existente la empresa familiar Cuyera Andina la cual se encuentra ubicada en el cantón Urcuquí y quien es responsable de poseer este producto apetecido internacionalmente debido a sus múltiples bondades nutricionales tiene la intención fehaciente de realizar negocios en otros países.

Estados Unidos es un mercado interesante y apropiado para introducir el producto puesto que cuenta con una gran concentración de latinos quienes desean adquirir productos que identifiquen su cultura y represente sus tradiciones esto ayuda a su consumo también se encuentra la población con gustos y preferencias hacia alimentos saludables que les proporcione al ser humano las proteínas necesarias.

Igualmente, Estados Unidos se encuentra a una distancia prudente del Ecuador con puertos y aeropuertos en excelentes condiciones asimismo que su acceso no es muy complejo en cuanto a normas sanitarias y fitosanitarias, Estados Unidos exige los certificados necesarios para acceder a este mercado asegurándose que sean aptos para el consumo de tal manera que no es un país muy restrictivo. **(ProEcuador, 2015)**

Ampliar la oferta exportable, tendrá beneficiarios directos como son:

Los clientes. En este caso la población de Latinos residentes en Estados Unidos quienes representan el 17% de la población (**Center, 2016**) debido a que es el país al cual se destinará la producción y se beneficiará de los atributos saludables con los que cuenta la carne de cuy, quienes han emigrado a Estados Unidos son los principales demandantes de cuyes, a pesar de que en el Ecuador hay 21 millones de cuyes y el 40% se dedica a la producción de carne, la demanda sigue insatisfecha (**Esquivel, 2011**).

Otro de los beneficiarios directos es la empresa quien proporciona el producto y será quien se beneficie en los aspectos económicos en cuanto a las utilidades que se logre obtener, también existen beneficiarios indirectos, como es el gobierno en temas de cobro de impuestos al igual que empresas aseguradoras, agencias de medios de transporte.

La propuesta para exportar cuyes faenados es interesante porque denota que es un producto tan completo y rico en proteínas, bajo en grasa y por ende en colesterol además que este mamífero al momento de ser criado no denota mayor complejidad debido a su rápida reproducción y su alimentación es a base de hierba y productos similares que se encuentran de manera fácil e inmediata, es un buen sustituto de la carne de cerdo y bovino.

Es una especie que los productores ecuatorianos están desaprovechando por desconocer la potencialidad de ser aceptado en un mercado extranjero quien lo demanda, asimismo de cubrir la demanda insatisfecha debido a que es un producto que no se oferta por parte de productores locales de Estados Unidos.

También es importante puesto que con la propuesta de diversificar la cartera de clientes y llegar a un país extranjero se puede eliminar intermediarios de exportación para así convertirse en exportadores directos, al igual que se puede almacenar la materia prima para ser exportada dejando de lado ser proveedores de las grandes agroindustrias nacionales para pasar a ser una asociación productora y exportadora en forma directa.

4. OBJETIVOS

a. OBJETIVO GENERAL

Plantear una Propuesta para la exportación de carne de cuy desde la empresa Cuyera Andina hacia el mercado estadounidense.

b. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar el mercado estadounidense al cual se dirigirá el producto para establecer acciones eficaces de internacionalización.
- Determinar la oferta exportable de la empresa Cuyera Andina para conocer la capacidad de producción de la misma.
- Describir el proceso de exportación del producto hacia el mercado estadounidense para cumplir con los requisitos establecidos.
- Determinar los aspectos financieros del proyecto para conocer su potencial rentabilidad.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para alcanzar el objetivo general del proyecto, se buscará lograr cada uno de los objetivos específicos propuestos, en primer lugar lograr diagnosticar el mercado el cual contiene algunas variables importantes que se debe tomar en cuenta como aspectos del entorno cultural, político, económico, social, conocer estos factores es muy importante para comprender los gustos y preferencias de los consumidores de esta manera se puede determinar cuáles son las oportunidades de aceptación, preferencia de compra y las amenazas a las cuales se enfrentará el producto a nivel internacional; las estrategias que ayudarán a diagnosticar el mercado son la investigación, a través de la recopilación de información pertinente de fuentes oficiales internacionales, organismos internacionales reconocidos, también realizar

entrevistas a expertos, además de un análisis de los consumidores, navegar por sitios web que sean fuentes confiables como son páginas de ministerios y otras relacionadas con información pertinente del país.

Determinar la oferta exportable de la empresa es relevante debido a que el producto que se pretende ofrecer en el mercado internacional debe ser competitivo es decir que cumpla con todos los estándares de calidad, precio, y tiempo de entrega; para lograr esta determinación y conocer si la empresa tiene la capacidad necesaria para producir los volúmenes que se requiere sin disminuir la calidad del producto es ineludible realizar una investigación precisa que determine las características de la demanda al igual que realizar una entrevista al propietario para conocer su situación de producción, almacenamiento, capacidad instalada y la posibilidad de inversión además de saber cuáles son sus actuales clientes, el volumen del producto que entrega mensual y la capacidad ociosa que mantiene, una vez determinada la capacidad ociosa que la empresa tiene se podrá realizar un análisis que determine la pérdida en volúmenes que la empresa tiene y que desaprovecha mensualmente.

El proceso de exportación es trascendental porque es la manera en que se deben realizar los envíos de mercancías en forma legal para su posterior uso o consumo en el extranjero, la realización correcta del proceso garantiza a la empresa que la carga enviada será acogida en forma óptima en el país de destino, el contenido de los procesos para exportar y que se toman en cuenta es la DAE, los documentos que acompañan a la declaración aduanera de exportación, las certificaciones correspondientes además del documento de transporte quienes acrediten que la exportación es legal; la manera en la cual se logrará describir estos procesos es mediante el método de investigación en el cual se podrá obtener la información pertinente de los pasos a seguir para cumplir con lo dispuesto por la ley, la indagación se realizara en páginas web de organismos oficiales, artículos científicos, revistas que proporcionen datos reales y verídicos.

El aspecto financiero es muy importante porque esto ayudará a determinar el costo del producto al igual que su respectivo porcentaje de utilidad asimismo este aspecto

colaborará en la decisión de realizar una inversión para el mejor desarrollo de la empresa Cuyera Andina y las formas en que este se financiará para obtener un resultado favorable; la forma en la que se logrará obtener información financiera ya existente de la compañía es a través de la entrevista al propietario de la empresa quien será el responsable de brindar la información oportuna acerca del capital invertido, los ingresos y gasto que mantiene en la producción, datos que ayudarán a determinar si la empresa tiene oportunidades.

3.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Cuy

1.1.1. Origen

1.1.2. Características

1.1.2.1. Características biológicas

1.1.2.2. Características de comportamiento

1.1.3. Zonas de producción en Ecuador

1.1.4. Clasificación zoológica

1.1.4.1. Escala Zoológica

1.1.4.2. Especie y tipos de cuy

1.1.5. Alimentación del cuy

1.1.5.1. Alimentación básica

1.1.5.2. Alimentación mixta

1.1.6. Composición nutricional del cuy

1.1.7. Salubridad

1.1.7.1. Sanidad en cuyes

1.1.7.2. Enfermedades infecciosas

1.1.7.3. Enfermedades parasitarias

1.1.8. Ciclo de reproducción del cuy

1.1.9. Tipo de crianza

- 1.1.9.1. Crianza familiar
- 1.1.9.2. Crianza comercial
- 1.1.10. Proceso de faenamiento del cuy

1.2. Exportación

- 1.2.1. Arancel
 - 1.2.1.1. Concepto
 - 1.2.1.2. Partida arancelaria impuesta a la carne de cuy
- 1.2.2. Preferencias arancelarias
 - 1.2.2.1. Concepto
 - 1.2.2.2. SGP
- 1.2.3. Documentos de exportación
 - 1.2.3.1. DAE
 - 1.2.3.2. Certificados para la exportación
 - 1.2.3.3. Documento de transporte
- 1.2.4. Barreras no arancelarias

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1 DIAGNÓSTICO

- 2.1.1 **Antecedentes**
- 2.1.2 **Objetivos del diagnóstico**
 - 2.1.2.1 Generales
 - 2.1.2.2 Específicos
- 2.1.3 **Variables del diagnóstico**
- 2.1.4 **Indicadores del diagnóstico**
- 2.1.5 **Matriz de relación diagnóstica**
- 2.1.6 **Mecánica operativa**
 - 2.1.6.1 Información primaria
 - 2.1.6.2 Información secundaria
- 2.1.7 **Tabulación y análisis de la información**

- 2.1.7.1 Entrevista
- 2.1.7.2 Encuesta
- 2.1.7.3 Encuestas posibles compradores

2.1.8 Análisis PEST

- 2.1.8.1 Análisis político
- 2.1.8.2 Análisis económico
- 2.1.8.3 Análisis social
- 2.1.8.4 Análisis tecnológico

2.2 ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1 Estructura del mercado

- 2.2.1.1 Perfil
- 2.2.1.2 Marco político
- 2.2.1.3 Economía

2.2.2 Análisis de la demanda

- 2.2.2.1 Comportamiento histórico de la demanda
- 2.2.2.2 Principales países importadores
- 2.2.2.3 Proyecciones de la demanda
- 2.2.2.4 Proyección de la producción nacional

2.2.3 Análisis de la oferta

- 2.2.3.1 Comportamiento de la oferta
- 2.2.3.2 Proyecciones de la oferta
- 2.2.3.3 Principales destinos de las exportaciones
- 2.2.3.4 Proyecciones de las exportaciones de Ecuador

2.2.4 Estimación de la demanda insatisfecha

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

- 3.1 Localización de la empresa**
- 3.2 Propuesta administrativa**

- 3.2.1 Nombre de la empresa
- 3.2.2 Objetivos de la empresa
- 3.2.3 Misión
- 3.2.4 Visión
- 3.2.5 Políticas de la empresa

3.3 Propuesta operativa

- 3.3.1 Propuesta para la exportación de carne de cuy
- 3.3.2 Producto
- 3.3.3 Descripción del producto
- 3.3.4 Aspectos arancelarios
- 3.3.5 Envase y empaque
- 3.3.6 Características del embalaje
- 3.3.7 Logística de transporte
- 3.3.8 Precio
- 3.3.9 Plaza
- 3.3.10 Canales de comercialización
- 3.3.11 Promoción y publicidad

3.4 Flujograma de procesos

- 3.4.1 Flujograma de exportaciones

3.5 Infraestructura y equipamiento

- 3.5.1 Plano de la empresa
- 3.5.2 Equipamiento

3.6 Propuesta de exportación

- 3.6.1 Requisitos para exportar
- 3.6.2 Procesos de exportación
- 3.6.3 Declaración de exportación
- 3.6.4 Trámites
- 3.6.5 Modalidad de pago internacional

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO DE FINANCIAMIENTO

- 4.1 Inversión inicial
- 4.2 Tabla de amortización
- 4.3 Gastos administrativos
- 4.4 Gasto operacional
 - 4.4.1 Costos de producción
- 4.5 Estado de ingresos
- 4.6 Estado de egresos
- 4.7 Estado de pérdidas y ganancias
- 4.8 Flujo de caja
- 4.9 Indicadores financieros**
 - 4.9.1 TIR
 - 4.9.2 VAN
 - 4.9.3 Período real de recuperación de la inversión
 - 4.9.4 Punto de equilibrio

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

6 ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.

6.1. MÉTODOS GENERALES

6.1.1. Método Inductivo

Este método obtiene conclusiones generales a partir de las premisas o hipótesis particulares en el cual se pueden distinguir cuatro pasos esenciales como: observación de los hechos para su registro, la clasificación y el estudio de los hechos, la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización, y la contrastación además de que se basa en la formulación de leyes partiendo de los hechos que se observan. (científicos, 2012)

Durante el desarrollo del proyecto se recurrirá al método inductivo para obtener desenlaces positivos o negativos, por ejemplo, para establecer la “Posibilidad de exportar carne de cuy hacia el mercado estadounidense” se tomará en cuenta por ejemplo la tendencia del consumo de productos exóticos y así poder concluir con los índices de consumo de la carne que se busca exportar.

6.1.2. Método Deductivo

Este método considera que la conclusión es una consecuencia de las premisas al igual que se halla implícita dentro de las premisas o hipótesis además que logra inferir algo observado a partir de una ley general. (científicos, 2012)

Para desarrollar el proyecto, el método deductivo apoyará al progreso de la propuesta para la exportación de carne de cuy al mercado estadounidense, ya que el mercado de productos exóticos y con valor cultural es actualmente un sector que cuenta con un potencial para ser exportado, por lo que se considera que la empresa Cuyera Andina, podría cubrir la demanda de productos exóticas como la carne de cuy.

6.1.3. Método analítico – sintético

El método analítico es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas de forma individual.

El método sintético es un proceso que consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad. (científicos, 2012) Se busca analizar el mercado de productos exóticos como carne de cuy en el mercado internacional en especial el país al cual se pretende exportar el producto, de igual forma se analizarán las diversas estrategias y procesos de exportación para que el producto tenga el éxito esperado.

6.2 TÉCNICAS

6.2.1 Observación

Esta técnica coloca al investigador frente a la realidad de manera inmediata, la captación de lo que acontece en el entorno del investigador es de tipo sensorial.

Es un proceso cuya función inmediata es recoger información acerca del objeto que se toma en consideración. (Estrategias, 2011)

Esta técnica ayudara a obtener información precisa a través de la observación directa de los datos que necesitamos para desarrollar por ejemplo observar datos estadísticos del porcentaje de consumo, con conocimiento de esta información se puede determinar el volumen que puede ser exportado y aceptabilidad del mismo.

6.2.2. Encuesta

Es una técnica de adquisición de información de interés psicológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión del sujeto seleccionado. (Estrategias, 2011)

Esta técnica ayudara a obtener información precisa de los consumidores a través de la realización de un cuestionario al que ellos deben responder para posteriormente tabular y obtener una conclusión, las preguntas ayudaran a tener una idea de las preferencias, gustos y la aceptabilidad del producto.

6.2.3 Entrevista

Es una conversación por el cual se quiere averiguar datos específicos sobre la información requerida, esta técnica permite obtener mayor información de manera rápida y menos recursos. (Estrategias, 2011)

Esta técnica ayudara a obtener información precisa a través de la comunicación directa con las personas implicadas directamente para consecución del proyecto por ejemplo el propietario de la empresa quien facilitara la información pertinente para el desarrollo del plan además de la entrevista con el personal de las instituciones pertinentes.

6.3 INSTRUMENTOS

6.3.1 Ficha de Observación

Es un instrumento de las técnicas de investigación para la recolección de datos, referido a un objetivo específico, en el que se determinan variables específicas.

La ficha puede ser de gran duración o corta duración en el tiempo. (Estrategias, 2011)

6.3.2 Cuestionario

Este instrumento consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables el cual es instrumento de recolección de datos más utilizado. (Estrategias, 2011)

6.3.3 Video

Es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética. Conocido en la actualidad por casi todo el mundo, consiste en la captura de una serie de fotografías que luego se muestran en secuencia y a gran velocidad para reconstruir la escena original. (Estrategias, 2011)

6.4 MATRIZ DE RELACIÓN

Figura 2 Matriz de Relación

Matriz de Relación

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Diagnosticar el mercado estadounidense al cual se dirigirá el producto para establecer acciones eficaces de internacionalización.	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta • Demanda • Competencia • Clientes • Proveedores • Gustos - Preferencias • Precio 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliográfica • Bibliográfica • Bibliográfica • Bibliográfica • Bibliográfica • Bibliográfica • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Página web • Página web • Periódicos • Página web • Tesis • Página web • Propietario de la empresa

<p>Determinar la oferta exportable de la empresa Cuyera Andina para conocer la capacidad de producción de la misma.</p>	<p>Crianza</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Producto exportado anteriormente. • Producto exportado actualmente • Disponibilidad del producto. • Calidad del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliográfica • Bibliográfica • Entrevista y observación • Entrevista y observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Trade map • Sistema de Información Nacional - SINAGAP • Propietario de la empresa • Propietario de la empresa
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaborado por: La autora

7 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Figura 3

Cronograma de actividades

<u>ACTIVIDADES SEMANAS</u> <u>/MESES</u>	<u>MES I</u>				<u>MES II</u>				<u>MES III</u>				<u>MES IV</u>				<u>MES V</u>				<u>MES VI</u>				<u>RESPONSABLE</u>
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO																									
Recopilación de Bibliografía																									La autora
Análisis de la información																									La autora
Redacción del marco teórico																									La autora
2. CAPÍTULO:DIAGNOSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO 2.1 DIAGNÓSTICO																									

8 RECURSOS

Tabla 1. Recursos humanos, materiales y otro

a) Humanos

Investigador	0
Subtotal	0

b) Materiales

-Papel	35,00
-Impresiones	40,00
-Fotografías	20,00
-Fotocopias	48,00
-Anillado	30,00
-Internet	160,00
-Empastado	25,00
-CD's	20,00
Subtotal	378,00

c) Otros

-Movilización	70
-Alimentación	120
Subtotal	190,00

Subtotal	568
Imprevistos (10%)	56.8
TOTAL	624.8

Elaborado por: La autora

8.1. FINANCIAMIENTO

Todos los recursos en los que se incurrirá para el desarrollo de plan suman un total de \$ 1526.63 (mil quinientos veinte y seis dólares con sesenta y tres centavos) los cuales serán financiador por el autor.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

Center, P. R. (15 de 03 de 2016). Pew Research Center. Obtenido de Pew Research Center:

<http://www.pewresearch.org/>

cientificos, M. (5 de 11 de 2012). Métodos científicos. Recuperado el 16 de 05 de 2016, de Métodos científicos:

<https://sites.google.com/site/tectijuanafi/unidad-ii/2-3-tipos-de-metodos-inductivo-deductivo-analitico-sintetico-comparativo-dialectico-entre-otros>

Estrategias. (08 de 08 de 2011). Tecnicas . Recuperado el 16 de 05 de 2016, de Tecnicas:

<http://estrategiasdidacticas907.blogspot.com/2011/04/clasificacion>

Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). Administración estratégica. México: 8Ed.

Mexico. MacGraw Hill.

Pozo, J. d. (29 de 05 de 2014). Propiedades del cuy. Obtenido de Propiedades del cuy:

<http://diariocorreo.pe/gastronomia/conoce-los-beneficios-de-comer-cuy-para-prev-29174/>

Proecuador. (14 de 11 de 2015). Ficha Comercial. Obtenido de Ficha comercial:

http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_fc2015_usa/


SARZOSA, S. C. (01 de ENERO de 2015). GERENTE PROPIETARIO

COMERCIALIZADORA FASAPIC CIA. LTDA. (A. M. SÁNCHEZ, Entrevistador)

Thompson Arthur, Stricland A.J. Gamble John (2008); . (2008). Administración estratégica, Teoría y Casos. . Mexico: 15 Ed. Mexico. MacGraw Hil.

10. ANEXOS

10.1 AUTORIZACIÓN DEL DUEÑO DE LA EMPRESA PARA DESARROLLAR EL PROYECTO.


AUTORIZACIÓN DE DESARROLLO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA LA TITULACIÓN EN INGENIERÍA EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA PUCE-SI

Urcuquí, 24 Mayo, 2016

Señor:
Enrique Chiriboga

Como parte del proceso de titulación, para la obtención del título de ingeniería en comercio y negocios internacionales, por parte de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. La estudiante Andrea Karina Díaz Lara con cédula de identidad número 100304619-8. Solicitamos su autorización, para poder desarrollar el proyecto con el tema propuesta de exportación de carne de cuy para la empresa Cuyes Andina hacia el mercado Estadounidense, en su empresa Cuyes Andina y así poder aplicar los conocimientos adquiridos durante nuestro proceso de aprendizaje.

Por la atención dada a la presente la agradecemos. -

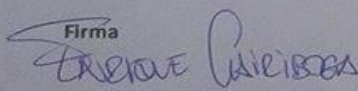
Nombre: Andrea Karina Díaz Lara
CI: 100304619-8

Autorizo

No autorizo

Enrique Chiriboga Gonzalez
Nombre del Representante Legal
de la empresa

CI: 1706456009

Firma


10.2 MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS

MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS PARA CARNE DE CUY ANÁLISIS DE DATOS AL 2015																			
PAÍSES	CON RELACIÓN A ASPECTOS DEL COMERCIO										CON RELACIÓN A LA ECONÓMICO POLÍTICO					ASPECTOS LOGÍSTICOS		ASPECTOS CUALITATIVOS	
	VALOR EXPORTACIONES ECUATORIANAS A:	VOLUMEN EXPORTACIONES ECUATORIANAS A:	VALOR IMPORTACIONES DESDE:	VALOR DE EXPORTACIONES DESDE:	VOLUMEN DE IMPORTACIONES DESDE:	ACUERDOS COMERCIALES CON EL PAÍS DE IMPORTACIÓN	BARRERAS SANITARIAS O FITOSANITARIAS EN EL LUGAR DE ORIGEN	BARRERAS SANITARIAS O FITOSANITARIAS EN EL LUGAR DE DESTINO	ARANCEL APLICADO A LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS	ARANCEL APLICADO A OTROS PAÍSES	PIB-PERCÁPITA ANUAL	INFLACIÓN ANUAL	MONEDA	RELACIÓN DE MONEDA FRENTE AL DÓLAR	IDIOMA	TIPO DE GOBIERNO	TRANSPORTE HACIA EL LUGAR DE DESTINO	PRINCIPALES PUERTOS O AEROPUERTOS EN LUGAR DE DESTINO	GUSTOS PREFERENCIAS DEL MERCADO
España	0	0TN	2266	40365	428TN	Preferential tariff for countries beneficiary of the incentive arrangement for sustainable developme	Si etiquetado, certificaciones pertinentes que garanticen la calidad y el estado en optimas condiciones del producto	Si certificados de las condiciones sanitarias del producto, etiquetado	0,00%	2,10%	29.721,60	-0,50%	Euro	1USD=0,88EUR	Español	REPUBLICA NO	Aereo, Maritimo	<p>Puertos: Puerto Bahía de Algeciras , Puerto de Barcelona, Puerto de Valencia, Puerto de Bilbao.</p> <p>Aeropuertos: Aeropuerto de Madrid – Barajas , aeropuerto de Barcelona</p>	<p>*Apuestan por sabores exóticos e innovadores</p> <p>*Se muestran más tolerantes con los sabores de la cocina internacional</p> <p>*Se inclinan por estilo de vida saludable</p>
























MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS PARA CARNE DE CUY ANÁLISIS DE DATOS AL 2015

Estados Unidos	100 FOB	17,20 TN	4600	5676	831 TN	Preferencias Comerciales Andinas Preferential tariff for GSP countries	Si etiquetado, certificaciones pertinentes que garanticen la calidad y el estado en optimas condiciones del producto	Cumplimiento del reglamento del departamento de agricultura, etiquetado	6,40%	1,20%	54.629,50	0,10%	Dólar	Ingles	república federal democrática	Aereo, Maritimo	<p>Puertos: Houston, Nueva York, Baltimore, Savannah, Jacksonville, Port Everglades, Miami, New Orleans y Charleston .</p> <p>Aeropuertos: aeropuerto internacional de Los Ángeles LAX, aeropuerto internacional de New York JFK, aeropuerto internacional de Miami</p>	<p>*Consumo productos étnicos</p> <p>*Adquirir productos saludables</p> <p>Preferen productos de calidad</p>	
Japón	0	0 TN	2152	0	202 TN	SCP	Si etiquetado, certificaciones pertinentes que garanticen la calidad y el estado en optimas condiciones del producto	Certificaciones de inocuidad de los alimentos, examen y evaluación de riesgo, norma de etiquetado y envasado	0%	0%	36.194,40	0,80%	Yen	1 USD = 107,01 JPY	Japones	monarquía constitucional	Aereo, Maritimo	<p>Puertos: Puerto de Kobe, Puerto de Osaka, Puerto de Tokio, Puerto de Yokohama, Puerto de Nagoya. Aeropuertos: El aeropuerto internacional más importante de Japón es el aeropuerto de Narita en Tokio, seguido de Kansai en Osaka y el Aeropuerto Central de Japón en Nagoya</p>	<p>*Preocupado por la calidad y por el renombre de la empresa</p> <p>*El precio se hace cada vez más importante a la hora de la elección del consumidor.</p> <p>*Reticentes a comprar productos extranjeros</p>

MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS PARA CARNE DE CUY ANÁLISIS DE DATOS AL 2015

Perú	0	0TN	9	190	1TN	preferencia arancelaria regional (Aladi: ARAM2) para Ecuador arancelario preferencial para los países de la CAN	Si etiquetado, certificaciones pertinentes que garanticen la calidad y el estado en óptimas condiciones del producto	Certificados emitidos por instituciones pertinentes que garanticen la sanidad de los productos y el respectivo etiquetado	0,00%	5,70%	6.541,00	3,60%	Sol	1USD = 3,28 PEN	Español	Monarquía Parlamentaria	Terrestre, Aéreo	Puerto: Los más importantes del país son Callo, Matarani, Paña. Aeropuertos: aeropuerto de Lima, Cusco, Piura, Arequipa, Iquitos.	*Valoran el precio *Preocupado por la calidad y seguridad de los productos
China	0	0TN	2182	11220	373TN	Ninguno	Si etiquetado, certificaciones pertinentes que garanticen la calidad y el estado en óptimas condiciones del producto	Registro en la administración de certificación y acreditación de china, permisos de seguridad y calidad	23,00%	22,60%	7.590,00	1,40%	Renmibi yuan	1USD = 6,5CNY	Chino Mandarin	república socialista gobernada por un partido único	Aéreo, Marítimo	Puertos: Los principales son Shanghai, Shénzhen, Hong Kong, Ningbo, Guangzhou, Tianjin, Dalian y Xiamen. Aeropuertos: Los principales aeropuertos son Guangzhou, Beijing, Shanghai, Hong Kong, Chengdu, Shénzhen y Xiamen	*Preferencia por productos extranjeros *Preferencia de productos por la marca *El precio es una indicación de la calidad del producto *Preferen productos saludables

10.3 INDICADORES DE MERCADOS TRAD MAP

SA8	Importadores	Indicadores comerciales 											Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%) 
		Valor importada en 2015 (miles de USD) 	Saldo comercial 2015 (miles de USD) 	Cantidad importada en 2015	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) 	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2011-2015 (%) 	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2011-2015 (%) 	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2015 (%) 	Participación en las importaciones mundiales (%) 	Distancia media de los países proveedores (km) 	Concentración de los países proveedores 	
	Mundo	635.137	22.320	0	No medida		-1	4	-11	100	6.012	0,08	
	Alemania 	126.187	-73.156	16.471	Toneladas	7.661	-6	-2	-15	19,9	7.048	0,18	2.1
	Bélgica 	84.965	-27.717	11.008	Toneladas	7.718	2	6	-5	13,4	6.420	0,12	2.1
	Francia 	68.920	-37.483	9.519	Toneladas	7.240	-6	-3	6	10,9	7.199	0,12	2.1
	Países Bajos 	60.208	-19.535	9.296	Toneladas	6.477	0	9	-16	9,5	4.215	0,13	2.1
	Suiza 	52.027	-51.741	3.492	Toneladas	14.899	-3	0	-5	8,2	5.640	0,17	0.4
	Estados Unidos de América 	45.775	-40.099	8.225	Toneladas	5.565	4	6	-1	7,2	10.943	0,39	1.2

10.4 FOTOS

Firma de autorización por parte del propietario de la empresa Cuyera Andina



ANEXO 2

MODELO DE ENCUESTA REALIZA A LOS SUPERMERCADOS PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

De la manera más cordial solicito su colaboración contestando el siguiente cuestionario, el cual tiene fines académicos encaminados a promover el desarrollo productivo y comercial de las empresas Ecuatorianas.

Nombre de la Empresa: _____

Dirección: _____

Nombre del Encuestado: _____

Función/cargo: _____

1. ¿Conoce usted al animal denominado cuy (cavia porcellus, guinea pig)?

SI () NO ()

2. ¿Actualmente su empresa realiza alguna importación de carne de cuy?

SI () NO ()

3. ¿Su empresa estaría dispuesto a importar y comercializar carne de cuy desde Ecuador?

SI () NO ()

4. ¿Cuál es el volumen de carne de cuy que estaría dispuesto a adquirir?

150 – 200 Unidades () 201 – 250 Unidades ()

251 – 300 Unidades () 301 – 350 Unidades ()

Más Unidades ()

¿Cuál es el número de unidades dispuesto a adquirir ?.....

5. ¿Con que frecuencia estaría usted dispuesto a realizar la importación de carne de cuy?

Mensual ()

Trimestral ()

Semestral ()

Anual ()

6. ¿Cuál es el precio que su empresa estaría dispuesto a pagar por este producto?

20 – 25 Dólares ()

26 – 30 Dólares ()

31 – 35 Dólares ()

36 – 40 Dólares ()

7. ¿Cuál es la presentación de la carne de cuy que usted preferiría?

Congelada ()

Refrigerada ()

Con especias ()

8. La carne de cuy es un producto representativo de Latinoamérica en especial de la zona andina, por lo cual ¿En Estados Unidos la carne de cuy se encuentra con facilidad?

SI ()

NO ()

9. Según su criterio ¿Cree usted que la carne de cuy tendría acogida en su supermercado?

SI ()

NO ()

10. ¿Su empresa cuenta con requisito especiales propios de la compañía con respecto a la calidad del producto? ¿Cuáles son?

SI ()

NO ()

11. ¿Usted qué términos de negociación (incoterms) prefiere al momento de realizar la importación de carne de cuy?

- EXW (En Fábrica) ()
FCA (Franco Porteador) ()
CPT (Transporte Pagado Hasta) ()
CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta) ()
DAT (Entregada en Terminal) ()
DAP (Entregada en Lugar) ()
DDP (Entregada Derechos Pagados) ()

12. ¿Qué forma de pago usted seleccionaría para realizar la transacción de dicha negociación?

- Carta de crédito () Transferencia Bancaria ()
Cobranzas Documentales () Pago anticipado ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

ENCUESTA REALIZA A LOS SUPERMERCADOS

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

De la manera más cordial solicito su colaboración contestando el siguiente cuestionario, el cual tiene fines académicos encaminados a promover el desarrollo productivo y comercial de las empresas Ecuatorianas.

Nombre de la Empresa: El Tanta Meat "Market"
 Dirección: 785 East St Woodland CA
 Nombre del Encuestado: Alberto López
 Función/cargo: Sales Representative

- ¿Conoce usted al animal denominado cuy (cavia porcellus, guinea pig)?
 SI () NO ()
- ¿Actualmente su empresa realiza alguna importación de carne de cuy?
 SI () NO ()
- ¿Su empresa estaría dispuesto a importar y comercializar carne de cuy desde Ecuador?
 SI () NO ()
- ¿Cuál es el volumen de carne de cuy que estaría dispuesto a adquirir?
 150 – 200 Unidades () 201 – 250 Unidades ()
 251 – 300 Unidades () 301 – 350 Unidades ()
 Más Unidades ()
- ¿Cuál es el número de unidades dispuesto a adquirir?.....
 ¿Con que frecuencia estaría usted dispuesto a realizar la importación de carne de cuy?
 Mensual () Trimestral ()
 Semestral () Anual ()
- ¿Cuál es el precio que su empresa estaría dispuesto a pagar por este producto?
 20 – 25 Dólares () 26 – 30 Dólares ()
 31 – 35 Dólares () 36 – 40 Dólares ()
- ¿Cuál es la presentación de la carne de cuy que usted preferiría?
 Congelada () Refrigerada ()
 Con especias ()
- La carne de cuy es un producto representativo de Latinoamérica en especial de la zona andina por lo cual ¿En Estados Unidos la carne de cuy se encuentra con facilidad?
 SI () NO ()
- Según su criterio ¿Cree usted que la carne de cuy tendría acogida en su supermercado?
 SI () NO ()

- ¿Su empresa cuenta con requisito especiales propios de la compañía con respecto a la calidad del producto? ¿Cuáles son?
 SI () NO ()

- ¿Usted qué términos de negociación (incoterms) prefiere al momento de realizar la importación de carne de cuy?
 EXW (En Fábrica) ()
 FCA (Franco Porteador) ()
 CPT (Transporte Pagado Hasta) ()
 CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta) ()
 DAT (Entregada en Terminal) ()
 DAP (Entregada en Lugar) ()
 DDP (Entregada Derechos Pagados) ()
- ¿Qué forma de pago usted seleccionaría para realizar la transacción de dicha negociación?
 Carta de crédito () Transferencia Bancaria ()
 Cobranzas Documentales () Pago anticipado ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

De la manera más cordial solicito su colaboración contestando el siguiente cuestionario, el cual tiene fines académicos encaminados a promover el desarrollo productivo y comercial de las empresas Ecuatorianas.

Nombre de la Empresa: International Food Market

Dirección: Russell Blv. Davis California USA

Nombre del Encuestado: Jesús Vilka

Función/cargo: Sales Representative

1. ¿Conoce usted al animal denominado cuy (cavia porcellus, guinea pig)?
SI () NO ()
2. ¿Actualmente su empresa realiza alguna importación de carne de cuy?
SI () NO ()
3. ¿Su empresa estaría dispuesto a importar y comercializar carne de cuy desde Ecuador?
SI () NO ()
4. ¿Cuál es el volumen de carne de cuy que estaría dispuesto a adquirir?
150 – 200 Unidades () 201 – 250 Unidades ()
251 – 300 Unidades () 301 – 350 Unidades ()
Más Unidades ()
¿Cuál es el número de unidades dispuesto a adquirir?.....
5. ¿Con que frecuencia estaría usted dispuesto a realizar la importación de carne de cuy?
Mensual () Trimestral ()
Semestral () Anual ()
6. ¿Cuál es el precio que su empresa estaría dispuesto a pagar por este producto?
20 – 25 Dólares () 26 – 30 Dólares ()
31 – 35 Dólares () 36 – 40 Dólares ()
7. ¿Cuál es la presentación de la carne de cuy que usted preferiría?
Congelada () Refrigerada ()
Con especias ()
8. La carne de cuy es un producto representativo de Latinoamérica en especial de la zona andina por lo cual ¿En Estados Unidos la carne de cuy se encuentra con facilidad?
SI () NO ()
9. Según su criterio ¿Cree usted que la carne de cuy tendría acogida en su supermercado?
SI () NO ()

10. ¿Su empresa cuenta con requisitos especiales propios de la compañía con respecto a la calidad del producto? ¿Cuáles son?
SI () NO ()

11. ¿Usted qué términos de negociación (incoterms) prefiere al momento de realizar la importación de carne de cuy?

EXW (En Fábrica)	(<input type="checkbox"/>)
FCA (Franco Porteador)	(<input type="checkbox"/>)
CPT (Transporte Pagado Hasta)	(<input type="checkbox"/>)
CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)	(<input checked="" type="checkbox"/>)
DAT (Entregada en Terminal)	(<input type="checkbox"/>)
DAP (Entregada en Lugar)	(<input type="checkbox"/>)
DDP (Entregada Derechos Pagados)	(<input type="checkbox"/>)

12. ¿Qué forma de pago usted seleccionaría para realizar la transacción de dicha negociación?
Carta de crédito () Transferencia Bancaria ()
Cobranzas Documentales () Pago anticipado ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN


ANEXO 4

ENTREVISTA REALIZADA AL PROPIETARIO DE CUYERA ANDINA

- ¿Cuántos años se encuentra la empresa Cuyera Andina presente en el mercado nacional?
- ¿Cómo ha sido la evolución de la empresa desde su comienzo?
- De las variedades de cuyes que existen en el mercado ¿Qué tipo de cuy específicamente produce la empresa?
- ¿Cuál es la forma de alimentación para cuyes utilizada en la empresa?
- Existen enfermedades a la cual los cuyes se encuentran expuestos por lo tanto ¿Cuenta con personal calificado que brinde y asegure la sanidad del animal?
- ¿Qué insumos usted necesita para la producción de cuyes?
- ¿Quiénes son sus principales proveedores y como realiza el control de calidad?
- ¿Cuál es la producción con la que cuenta actualmente? ¿Considera usted que puede abastecer el mercado internacional y a cuánto podría ampliar su capacidad de producción?
- De acuerdo a la producción ¿Qué meses son en los que existe mayor y menor número de cuyes para ser comercializados?
- ¿Cuáles son los lugares donde comercializa su producto?
- ¿Cuál es la forma en la que usted comercializa el producto?
- ¿Cuál es el sistema que la empresa utiliza para trasladar el producto al cliente?
- ¿Cómo es la forma en la que usted promociona sus productos?
- ¿Cuál es el costo de producción aproximado y el precio de venta en el que comercializa el cuy?
- ¿Su empresa tiene capacidad de endeudamiento?

- ¿Cuál es la infraestructura y equipamientos con la que usted cuenta actualmente para la crianza de cuyes?
- ¿Cree usted que existe la posibilidad de ampliar la infraestructura para implementar el proceso de faenamiento y la posible exportación de carne de cuy?
- ¿Usted conoce el proceso necesario para realizar una exportación?
- Según su criterio ¿Cuál cree usted que es el factor que impide a la empresa exportar a mercados internacionales?
- ¿Qué opina usted acerca de realizar exportaciones de carne de cuy a Estados Unidos?

ANEXO 5
PROFORMA ÚTILES DE OFICINA



Provesum & Cia.

Distribuidor de suministros de oficina, papelería, computación y otras líneas.
Nuestra trayectoria marca la diferencia por nuestros precios, variedad y calidad.

PROVESUM & CIA.

Chica Harvaz 7-30 y Oviedo
Teléfono(s) 062359727

Nombre: DIAZ LARA ANDREA KARINA

Dirección: URCUQUI

Ciudad: IBARRA

Teléfono: 062359727

Proforma # 002990

Ruc: 1003046198

Fecha: 07-sep-2017

Representante:

Código	Descripción	UM	Cantidad	P. Unitario	Descuentos %			Total
					1	2	3	
8022	ESPERO BIC PIF CAJA X24 AZUL	UN	1,00	6,516	0	0	0	6,52
8091	PAPEL REPROVAL 75 GR. M RESMA	UN	1,00	3,500	0	0	0	3,50
15072	ARCHIVADOR OFICIO NEGRO	UN	7,00	2,589	0	0	0	18,12
80852	GRAPADORA POINTER	UN	1,00	3,571	0	0	0	3,57
81531	PERFORADORA BEXTER 50H	UN	1,00	7,813	0	0	0	7,81
60307	LAPIZ STABTLEER X 12 + BORRADOR	UN	1,00	6,161	0	0	0	6,16
10089	CINTA ADHESIVA LANCER X 12 UNIDADES	UN	1,00	1,637	0	0	0	1,61
82811	DISPENSADOR DE CINTA ADHESIVA PEQUEÑO	UN	1,00	1,607	0	0	0	1,61
8428	GRAPAS ALEX 256 500UNO	UN	1,00	0,982	0	0	0	0,98
68072	PORTA ESPEROS DE MALLA	UN	1,00	1,736	0	0	0	1,79
60619	CAJA DE CLIPS LANCER	UN	1,00	0,220	0	0	0	0,22
328	ESTILETE BESKO 9MM	UN	1,00	0,223	0	0	0	0,22
253	TLERA ESCOLAR	UN	1,00	0,400	0	0	0	0,40
994	CORRECTOR BIC CAJA X 12	UN	1,00	15,044	0	0	0	15,04
2072	BORRADOR PELIKAN P2 80	UN	60,00	0,091	15	0	0	5,46
89621	NOTITAS ADHESIVA ALLWIN	UN	3,00	0,580	0	0	0	1,74
65131	RESALTADOR MAPED VERDE	UN	1,00	0,793	0	0	0	0,85
65318	CUADERNO DE CONTABILIDAD MIS APUNTES	UN	1,00	2,232	0	0	0	2,23
177	CUAD ACADEMICO PS 100H	UN	1,00	1,161	0	0	0	1,16
8089	FOLDER 1 LADO TRANSPARENTE OFICIO	UN	3,00	0,500	0	0	0	1,74
7815	CINTA EMBALAJE 46X60 TRANSCAPE	UN	1,00	1,116	0	0	0	1,12
65892	CALCULADORA CASION FX-991 LA PLUS PLUS	UN	1,00	27,679	0	0	0	27,68

Forma de Pago: **CONTADO**

VAIDO X 15 DIAS

Subtotal: 108,58

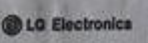





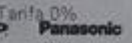
Descuentos: 0,00

Tarifa 14%: 108,08

Tarifa 0%: 3,50

Panasonic IVA: 12,79

TOTAL: 122,37

CHICA HARVÁEZ 7-30 Y OVIEDO (ALREDEDOR DEL CARRETERO BONJA) TELEFAX: 2 959 727 / 2 644 904 IBARRA - ECUADOR

ANEXO 7

PROFORMA EQUIPO DE COMPUTACIÓN



NOVAEC

Olmedo 8-59 entre Oviado y Pedro Moncayo
Telefax: 2645-214



SEPTIEMBRE 2017

Modelo	PC BASIC PC	PC INTER PC	PC MEDIA PC	PC EXTREMA PC
Monitor	Biosar H110	Biosar H110	GIGABYTE H110	GIGABYTE H110
Procesador	Intel Celeron	Intel Dual Core	Intel Core i3	Intel Core i5
Velocidad del Procesador	2.8 Ghz	3.3 Ghz	3.7 Ghz	3.5 Ghz
Disco Duro de 7200 rpm	1000 GB SATA	1000 GB SATA	1000 GB SATA	1000 GB SATA
Memoria Ram DDR3 Kingston	4 GB	4 GB	4 GB	4 GB
Teclado	✓	✓	✓	✓
Mouse	✓	✓	✓	✓
Impresora	✓	✓	✓	✓
Regulador de Voltaje	✓	✓	✓	✓
Monitor LED	20" LG Samsung	20" LG Samsung	20" LG Samsung	20" LG Samsung
Red	10/100/1000 Mbps	10/100/1000 Mbps	10/100/1000 Mbps	10/100/1000 Mbps
puertos USB	7	7	7	7
Teclado Multimedia	Español	Español	Español	Español
Mouse	Optico	Optico	Optico	Optico
Parantes Stereo	✓	✓	✓	✓
Impresora Canon	MultiFuncion 3 en 1	MultiFuncion 3 en 1	MultiFuncion 3 en 1	MultiFuncion 3 en 1
Regulador de Voltaje	✓	✓	✓	✓
Precio	\$ 570,00	\$ 650,00	\$ 712,00	\$ 948,00










INCLUYE EN TODOS LOS MODELOS: MESA PARA EL COMPUTADOR, CABLE USB, COBERTORES, PAD MOUSE

Integración

ANEXO 8

PROFORMA FUNDAS PARA EMPAQUE AL VACÍO

ECUAPACK - FUNDA DE EMPAQUE AL VACIO



Johanna Estevez <ventasui@ecuapack.com>

para mí, asalazar, Christian, Doris

Estimada
Srta. Karina
CUYERA ANDINA
Telf. 0985592833

Gracias por contactarnos, a continuación pongo a sus órdenes nuestras medidas y valores de fundas de empaque al vacío.

FUNDAS EMPAQUE AL VACIO	PRECIO NORMAL 200 FUNDAS	PRECIO MILLAR MAS DE 1.000 FUNDAS
8x13	0,0234	0,0144
12x17	0,0442	0,0272
12x23	0,0598	0,0368
15x20	0,0676	0,0416
16,5X25	0,0910	0,0560
16,5X28	0,1014	0,0624
18x20	0,0806	0,0496
18x25	0,0988	0,0608
18x30	0,1196	0,0736
19x40	0,1548	0,1240
20X30	0,1326	0,0816
20X22	0,0962	0,0592
20X25	0,1118	0,0688
20X27	0,1196	0,0736
22x26	0,1274	0,0784
23X30	0,1534	0,0944
25X35	0,1924	0,1184
25X40	0,2210	0,1360
25X45	0,2496	0,1536

ANEXO 9
PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA CUYERA ANDINA

