

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

**“La demanda existente de carne de cuy en la ciudad de Nueva York,
Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia
del Carchi.”**

Trabajo de titulación previa a la obtención del título
de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación
Comercial Internacional.

AUTOR: Lenin Raphael Burbano López

ASESOR: Ing. Com. Luis Arturo Vela Cepeda

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

CERTIFICADO.

Certifico que el estudiante Lenin Raphael Burbano López con el número de cédula 040069558-1 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: **“La demanda existente de carne de cuy en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”**

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Ing. Com. Luis Arturo Vela Cepeda
Tulcán, 15 de Mayo del 2015

AUTORÍA DE TRABAJO.

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración y Economía Empresarial.

Yo, **Lenin Raphael Burbano López**, con cédula de identidad número **040069558-1** declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f _____

Lenin Raphael Burbano López

Tulcán, 15 de Mayo del 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Lenin Raphael Burbano López, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012, que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, 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”.

Tulcán, 15 de Mayo del 2015

Lenin Raphael Burbano López

CI: 040069558-1

AGRADECIMIENTO.

A Dios, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos difíciles y por brindarme una vida llena de aprendizajes y experiencias.

A mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo a seguir.

A mis hermanos por ser parte importante de mi vida y representar la unidad familiar.

A mis maestros por la confianza, apoyo y dedicación por haber compartido conmigo sus conocimientos y toda su amistad.

Lenin Raphael Burbano López.

DEDICATORIA.

Dedico esta tesis a mis padres porque han estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar a lo largo de mi vida, velando por mi bienestar y educación, siendo mí apoyo en todo momento. Y porque han depositado su entera confianza en cada reto que me he impuesto.

Lenin Raphael Burbano López

ÍNDICE GENERAL.

	Pág.
CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO.....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.	x
ÍNDICE DE ANEXOS.	x
RESUMEN EJECUTIVO.	- 1 -
ABSTRACT.....	- 2 -
WILLACHIKUNA.	- 3 -
INTRODUCCIÓN.	- 4 -
I. EL PROBLEMA.	- 5 -
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	- 5 -
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	- 6 -
1.3 DELIMITACIÓN.....	- 6 -
1.4 JUSTIFICACIÓN.	- 7 -
1.5 OBJETIVOS.	- 8 -
1.5.1 Objetivo General.....	- 8 -
1.5.2 Objetivos Específicos.	- 8 -
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	- 9 -
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 9 -
2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.	- 10 -
2.3 MARCO TEÓRICO.....	- 12 -
2.3.1 Teorías Utilizadas en la Investigación.	- 12 -
2.3.2 Metodología a Utilizar en la Investigación.	- 13 -
2.3.3 Vocabulario Técnico.	- 13 -
2.4 IDEA A DEFENDER.	- 14 -
2.5 VARIABLES.	- 14 -
2.5.1 Variable Independiente.....	- 14 -
2.5.2 Variable Dependiente.	- 14 -
III. MARCO METODOLÓGICO.	- 15 -
3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 15 -
3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.	- 15 -
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.	- 16 -
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.	- 16 -
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	- 19 -
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 21 -
3.7 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	- 21 -
3.7.1 Análisis de la Oferta.....	- 21 -
3.7.2 Análisis de la Demanda.	- 28 -
3.7.3 Análisis Situacional, EE.UU.	- 35 -
3.7.3.1 Factores Socioeconómicos.....	- 35 -
3.7.3.2 Factores Políticos.	- 36 -
3.7.3.3 Factores Legales:	- 37 -
3.7.3.4 Factores Geográficos:	- 40 -
3.7.3.5 Factores Tecnológicos.....	- 43 -

3.7.3.6	Análisis POAM.....	- 44 -
3.7.4	Análisis Mercado Producto, EE.UU.	- 45 -
3.7.4.1	Posición Arancelaria del producto.	- 45 -
3.7.4.2	Balanza Comercial de Estados Unidos.....	- 46 -
3.7.4.3	Perfil del Consumidor:	- 47 -
3.7.4.4	El Producto:	- 49 -
3.7.5	Análisis Situacional, Ecuador.	- 53 -
3.7.5.1	Factores Políticos y Legales.....	- 54 -
3.7.5.2	Factores Socioeconómicos:.....	- 55 -
3.7.5.3	Factores Geográficos.	- 58 -
3.7.6	Análisis Mercado Producto, Ecuador.....	- 58 -
3.7.7	FODA.....	- 61 -
3.7.7.1	Análisis FODA.	- 61 -
3.7.7.2	Fuerzas de Porter:.....	- 61 -
3.7.8	Proyecciones del Estudio.	- 66 -
3.7.8.1	Oferta Actual.....	- 66 -
3.7.8.2	Oferta Proyectada.....	- 66 -
3.7.8.3	Demanda Potencial.	- 67 -
3.7.8.4	Demanda Final.	- 67 -
3.7.8.5	Demanda Proyectada.....	- 68 -
3.7.8.6	Demanda Insatisfecha.	- 68 -
3.7.9	Idea a defender.	- 69 -
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	- 70 -
4.1	CONCLUSIONES.....	- 70 -
4.2	RECOMENDACIONES.	- 71 -
V.	PROPUESTA.	- 72 -
5.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA.	- 72 -
5.2	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.	- 72 -
5.3	JUSTIFICACIÓN.	- 73 -
5.4	OBJETIVOS.	- 74 -
5.4.1	Objetivo General.....	- 74 -
5.4.2	Objetivos Específicos.	- 74 -
5.5	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	- 74 -
5.6	MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 76 -
5.6.1	Estudio Técnico.	- 76 -
5.6.2	Plan Logístico.....	- 99 -
5.6.3	Estudio Económico y Financiero.	- 113 -
5.7	CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA.	- 130 -
VI.	BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA.	- 131 -
6.1	BIBLIOGRAFÍA.....	- 131 -
6.2	LINKOGRAFÍA.	- 132 -
VII.	ANEXOS.	- 136 -

ÍNDICE DE TABLAS.

TABLA N°. 1 DELIMITACIÓN DEL PROYECTO.	- 6 -
TABLA N°. 2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 10 -
TABLA N°. 3 TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN.	- 12 -
TABLA N°. 4 MIGRANTES RESIDENTES EN NUEVA YORK.	- 17 -
TABLA N°. 5 POBLACIÓN LATINA EN EDAD DE CONSUMIR LA CARNE DEL CUY EN NUEVA YORK.....	- 17 -
TABLA N°. 6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	- 19 -
TABLA N°. 7 FACTORES SOCIO, ECONÓMICOS, EE.UU.	- 35 -
TABLA N°. 8 RÉGIMEN LIBERATORIO DE LA PARTIDA 0208.90.91 (ESTADOS UNIDOS- ECUADOR).....	- 37 -
TABLA N°. 9 SISTEMA DE TRANSPORTE.....	- 41 -
TABLA N°. 10 SISTEMA AÉREO DE TRANSPORTE.	- 41 -
TABLA N°. 11 SISTEMA ESTATAL DE CARRETERAS.....	- 43 -
TABLA N°. 12 ANÁLISIS POAM.	- 44 -
TABLA N°. 13 POSICIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO.....	- 46 -
TABLA N°. 14 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO.....	- 50 -
TABLA N°. 15 PRINCIPALES PAÍSES CONSUMIDORES DE LAS DEMÁS CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES EXPRESADO EN MILES DE DOLARES (2009-2013).....	- 50 -
TABLA N°. 16 PRECIO DEL CUY EN EL MERCADO LOCAL.	- 51 -
TABLA N°. 17 PRECIO DE LA CARNE DE CUY EN EL MERCADO INTERNACIONAL. -	52 -
TABLA N°. 18 PRINCIPALES 10 PAÍSES PROVEEDORES DE LAS DEMÁS CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, SEGÚN VALOR TOTAL IMPORTADO (2009-2013).	- 52 -
TABLA N°. 19 FACTORES SOCIOECONÓMICOS DEL ECUADOR.	- 56 -
TABLA N°. 20 POSICIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO.....	- 59 -
TABLA N°. 21 PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN DEL ECUADOR DE LAS DEMÁS CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES CORRESPONDIENTE A LA SUBPARTIDA 0208.90.	- 59 -
TABLA N°. 22 PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNES Y DESPOJOS DEL ECUADOR.....	- 60 -
TABLA N°. 23 NÚMERO DE UPA'S EN ECUADOR.....	- 60 -
TABLA N°. 24 MATRIZ F.O.D.A.....	- 61 -
TABLA N°. 25 CADENAS DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.	- 62 -
TABLA N°. 26 TOTAL EN VALORES EXPORTADOS HACIA EE.UU (01/2010-04/2014) POR PRODUCTOR.	- 63 -
TABLA N°. 27 POBLACIÓN DE PRODUCTORES DE CUY.....	- 66 -
TABLA N°. 28 OFERTA ACTUAL DE CARNE DE CUY EN KILOS-2013.....	- 66 -
TABLA N°. 29 OFERTA PROYECTADA DE CARNE DE CUY EN KILOS (2015-2019)..	- 67 -
TABLA N°. 30 DEMANDA PONTENCIAL LATINOS EN NUEVA YORK EN KILOS-2014. -	67 -
-	
TABLA N°. 31 DEMANDA EN KILOS DEL MERCADO META.	- 67 -
TABLA N°. 32 FORMA DE CÁLCULO DE LA DEMANDA.....	- 68 -
TABLA N°. 33 DEMANDA DE CARNE DE CUY EN KILOS.....	- 68 -
TABLA N°. 34 BALANCE OFERTA-DEMANDA EN KILOS ANUALES (2015-2020).....	- 68 -
TABLA N°. 35 BALANCE OFERTA-DEMANDA EN KILOS ANUALES.	- 77 -
TABLA N°. 36 MATRIZ CUALITATIVA DE LOCALIZACIÓN POR PUNTOS.....	- 80 -
TABLA N°. 37 ACTIVOS FIJOS.....	- 81 -
TABLA N°. 38 SIMBOLOGÍA DE LOS DIAGRAMAS DE FLUJO.....	- 82 -
TABLA N°. 39 BASE LEGAL DE LA EMPRESA.....	- 90 -
TABLA N°. 40 PROCEDIMIENTO PARA CONFORMAR UNA COMPAÑÍA LIMITADA. .	- 91 -

TABLA N° 41 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO.	- 94 -
TABLA N° 42 INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	- 100 -
TABLA N° 43 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA UNIDAD DE CARGA.	- 105 -
TABLA N° 44 INCOTERMS.	- 110 -
TABLA N° 45 COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION POR EMBARQUE	- 111 -
TABLA N° 46 MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	- 114 -
TABLA N° 47 MUEBLES Y ENSERES.	- 114 -
TABLA N° 48 HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS.....	- 114 -
TABLA N° 49 EQUIPOS DE OFICINA.	- 115 -
TABLA N° 50 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	- 115 -
TABLA N° 51 GASTOS DE COSTITUCIÓN.	- 116 -
TABLA N° 52 INVERSIÓN INICIAL.....	- 116 -
TABLA N° 53 MATERIA PRIMA DIRECTA.	- 117 -
TABLA N° 54 MATERIALES INDIRECTOS.	- 117 -
TABLA N° 55 MANO DE OBRA DIRECTA.	- 118 -
TABLA N° 56 MANO DE OBRA INDIRECTA.....	- 118 -
TABLA N° 57 SERVICIOS BÁSICOS.	- 118 -
TABLA N° 58 ÚTILES DE ASEO Y SEGURIDAD.....	- 119 -
TABLA N° 59 GASTOS DE EXPORTACIÓN	- 119 -
TABLA N° 60 GASTOS ADMINISTRATIVOS	- 119 -
TABLA N° 61 SUELDOS Y SALARIOS.	- 119 -
TABLA N° 62 CAPITAL DE OPERACIÓN.....	- 120 -
TABLA N° 63 INVERSIÓN INICIAL.....	- 120 -
TABLA N° 64 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.	- 120 -
TABLA N° 65 DETALLE DE DEPRECIACIONES.	- 121 -
TABLA N° 66 MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	- 121 -
TABLA N° 67 GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	- 122 -
TABLA N° 68 INFORMACIÓN DE LA DEUDA.....	- 123 -
TABLA N° 69 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.....	- 123 -
TABLA N° 70 COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO.....	- 124 -
TABLA N° 71 BALANCE GENERAL.	- 125 -
TABLA N° 72 ESTADO DE RESULTADOS.....	- 125 -
TABLA N° 73 FLUJO DE EFECTIVO NETO.....	- 126 -
TABLA N° 74 ÍNDICES FINANCIEROS.	- 126 -

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

GRÁFICO N° 1 BALANZA COMERCIAL TOTAL ESTADOS UNIDOS-MUNDO	- 46 -
GRÁFICO N° 2 PRINCIPALES ALIMENTOS DE CONSUMO.....	- 48 -
GRÁFICO N° 3 PRINCIPALES 10 PAÍSES DEMANDANTES DE CUY A NIVEL MUNDIAL 2009-2013.....	- 51 -
GRÁFICO N° 4 PAÍSES PRODUCTORES DE LA CARNE DE CUY EN SUDAMÉRICA.- 53 -	
GRÁFICO N° 5 BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR-MUNDO EN MILES DE DÓLARES	- 57 -
GRÁFICO N° 6 BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR-ESTADOS UNIDOS.....	- 58 -
GRÁFICO N° 7 VALOR NUTRITIVO DE LA CARNE DE CUY.	- 64 -
GRÁFICO N° 8 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	- 129 -

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

ILUSTRACIÓN N°. 1 MAPA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI.	- 78 -
ILUSTRACIÓN N°. 2 CROQUIS DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.....	- 79 -
ILUSTRACIÓN N°. 3 ESPACIO FÍSICO Y ADMINISTRATIVO.....	- 80 -
ILUSTRACIÓN N°. 4 PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	- 84 -
ILUSTRACIÓN N°. 5 ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	- 94 -
ILUSTRACIÓN N°. 6 ETIQUETADO DEL PRODUCTO.	- 102 -
ILUSTRACIÓN N°. 7 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL.....	- 112 -

ÍNDICE DE ANEXOS.

ANEXO N°. 1 ENCUESTA – PRODUCTOR	- 136 -
ANEXO N°. 2 ENCUESTA – RESTAURANTES	- 138 -
ANEXO N°. 3 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 140 -
ANEXO N°. 4 RESTAURANTES QUE COMERCIALIZAN CUY EN NUEVA YORK.....	- 140 -
ANEXO N°. 5 TOMA DE CONTACTO VÍA E-MAIL.....	- 141 -
ANEXO N°. 6 CONFIRMACIÓN DE LA DEMANDA DE CARNE DE CUY.	- 142 -
ANEXO N°. 7 CUY EN PIE.	- 142 -
ANEXO N°. 8 PRODUCCIÓN DE CUY EN BOLÍVAR.	- 142 -
ANEXO N°. 9 DOCUMENTACIÓN REQUERIDA EN LA EXPORTACIÓN:	- 144 -
ANEXO N°. 10 REGISTRO EN EL SISTEMA ECUAPASS.....	- 149 -
ANEXO N°. 11 DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO DE ORIGEN.....	- 149 -

RESUMEN EJECUTIVO.

Durante el desarrollo del presente trabajo se ha empleado la metodología de la Investigación Científica y sus diferentes aplicaciones, entre ellas la observación directa, la recopilación de bibliografía, datos cuantitativos y cualitativos.

Como resultado de la investigación bibliográfica se pudo conocer que la crianza del cuy está muy arraigada hasta nuestros días en la población rural y urbana a nivel nacional y en países de la región, donde es aprovechado tanto para el consumo interno como para la comercialización.

En el trabajo de campo se obtuvieron los resultados deseados que confirman la existencia de oferta exportable de carne de cuy en el Cantón Bolívar, para ser destinada a los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos.

También se revelaron datos más acercados a la realidad que atraviesan los productores en la actualidad y los diferentes problemas que enfrentan para comercializar su producto.

Existen pequeñas, medianas y grandes empresas que se han dedicado a la crianza del cuy para la exportación de su carne en diferentes presentaciones a países con presencia de migrantes, donde se acentúa cada día más la costumbre de consumir alimentos típicos.

Desde el Cantón Bolívar se está en capacidad de ofertar hasta 505 Kilos de carne envasada al vacío, para satisfacer una parte de la demanda de los inmigrantes latinos con la intervención de los restaurantes ecuatorianos en Nueva York.

La carne de cuy es muy apetecida tanto en Ecuador como en los países donde se concentra la mayor participación de población latina. Las condiciones son favorables para la exportación del producto hacia Estados Unidos, tanto en lo económico como en lo social beneficiando a los pequeños productores.

ABSTRACT.

During the development of this work has been employed methodology of scientific investigation and their different applications, including the direct observation, collection of literature, quantitative and qualitative data.

As a result of the bibliographic research could be known that the guinea pig breeding is ingrained until our days in the rural and urban national population and countries of South America, where it is exploited for internal consumer and for commercialization.

The practical work confirms the existence of export offer of guinea pig meat in canton Bolívar; to be destined for the market to New York, United States.

Also, more information explains different problems that producers across actuality to be expend their product.

There are small, medium and big factories that are dedicated to the breeding of guinea pig meat for export in different forms and presentations to different countries where exist presence of migrants. The habit of consuming typical foods is increasing and traditional in USA.

Producers in Bolivar are in capacity to offer up to 505 Kg of guinea pig meat vacuum – packed, to satisfy part of the demand existent for Ecuadorian restaurants in New York.

Guinea pig meat is very appetizing in Ecuador and regional countries where Latino population is concentrated. External conditions are favorable for export no typical foods to the United States, benefitting social and economically the small producers.

WILLACHIKUNA.

Kunan kallarik llankay pika rikushpa karkamari shukta vinay kunata kunan vika rikuy kallari kamari rik sishpa kuy kunata vinay chishpa kan gapuk, kuna punllapika llakimi rikurin kay comunida Ukupika, kuyta mikungapak u karu Llactaman kachangapak.

Kay Campo kunapika ali mari Llankan ali kay aycha kuna Llucshichum kay Cantón Bolívar Llactapi, shina Llata kay mercado de Nueva York, Estados Unidos Llactaman kachangapak.

Ashtawangari shokta Llaquikunapishmi rikuri kay shuk Vinay y Tarpush kukana manda ñucanchi Llactapi.

Kunan vika Tian mari Ushilla, Jatun viñachina Ukukuna kai Llactapi kuy kunata vinachishpa kachum ali aycha kachu shina Llata karu Llacta kunaman, kachachuncada punlla ñucanchi mikuna shuc shicum sumak alicachu.

Kai Cantón Bolívar Ukupika ashta cuy kunamari mirashka kan 505 kilos aycha kunamai Lluc shinajon kai mikuna Wasi Ukukunaman ñucanchi ecuatoriano kuna causan kai Nueva York Llactapi chaimami kacha cuy aycha kunata 1.290 kilos kada killa.

Ñucanchi cuy aychaka ninan mishkimari kan kay Ecuador Llactapica Shina Llata karo Llactapipash kai cuy aycha kunataca Estados Unidos ali jatun.

INTRODUCCIÓN.

El presente estudio está dividido en cinco capítulos, en los que se ha analizado información considerada importante que contribuye a validar la idea a defender.

En el primer capítulo se destaca el planteamiento del problema poniendo énfasis en la situación actual del país y en la necesidad de crear fuentes de trabajo especialmente en los sectores rurales de la región.

En el segundo capítulo se analiza la fundamentación legal, tanto del Ecuador como de Estados Unidos, especialmente los acuerdos comerciales que facilitan las operaciones del comercio exterior, así como también la metodología utilizada, que contribuyó para el desarrollo el proyecto.

En el tercer capítulo se realizó el estudio de mercado haciendo énfasis en los factores que pueden influir en la comercialización del producto, tanto en el país de destino como en el de origen. De la misma manera se tomó en cuenta las políticas adoptadas por los gobiernos de ambos países, la economía interna y legislación vigente.

En el cuarto capítulo se da a conocer las principales conclusiones y recomendaciones, en función de los resultados obtenidos en el estudio de mercado. Se ha destacado la necesidad de elaborar el proyecto gracias a la existencia de oferta y demanda del producto, la generación de fuentes de trabajo y las facilidades para realizar la exportación desde Ecuador.

En el quinto capítulo se desarrolló un análisis técnico, logístico y financiero del estudio de factibilidad, que permitió validar la idea a defender y demostrar la necesidad de su aplicación en beneficio del sector productor de carne de cuy en el Cantón Bolívar.

I. EL PROBLEMA.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La crianza de animales como el cuy en la Provincia del Carchi y en la región interandina del Ecuador ha sido fuente de sobrevivencia para esos pueblos, quienes frente al desconocimiento de los procesos de comercialización tanto a nivel local, nacional e internacional, ha impedido que se desarrolle una industria capaz de ofertar el producto con calidad que permita llegar a satisfacer la demanda existente en el exterior.

El cuy, como producto alimenticio nativo tiene un alto valor proteico y bajo contenido en grasa; su carne es sabrosa y de gran aceptación en la población ecuatoriana, peruana y boliviana, no obstante su consumo está dado de forma esporádica, pues únicamente se lo hace en ocasiones especiales y fechas tradicionales.

“Cabe destacar que en mercados como España y Estados Unidos el consumo del cuy ha venido creciendo en los últimos 20 años esto debido a la influencia que migrantes tanto de Ecuador, Colombia, Perú o Bolivia han ejercido sobre las costumbres gastronómicas de ese mercado; sin embargo a los migrantes que guardan identidad con su cultura en esos países se les dificulta el consumo debido a la ausencia de producción local y oferta en centros de consumo masivo”. (Yáñez, T. 2011, p. 451).

La exportación de la carne de cuy realizada hacia el mercado de Estados Unidos no ha sido capaz de satisfacer la creciente demanda de los inmigrantes latinos radicados en este país.

La mayor parte de productores de carne de cuy de la zona desconocen la existencia de la demanda en el exterior así como la forma de comercializar el producto en el contexto internacional, restándoles competitividad e ingresos.

El intermediario se aprovecha de la poca capacidad de negociación de los productores, la escasa venta de los animales a nivel local y los bajos precios perjudicando a los pequeños criaderos.

Es importante recalcar que la escasa capacitación, recursos económicos y conocimientos técnicos son insuficientes en quienes se dedican a la crianza

del cuy, dificultándoles producir de forma técnica en instalaciones diseñadas por ellos mismos, sin embargo no cumplen completamente con requisitos de calidad y sanidad.

El valor de la carne del cuy está dada principalmente por la alimentación que estos reciben, no obstante en épocas de escasez de yerba y alfalfa los productores tienen que recurrir a otras alternativas, como concentrados y balanceados, encareciendo aún más la actividad productiva.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos, [INEC] la Provincia del Carchi no posee una infraestructura industrial para desarrollar una crianza adecuada del cuy, lo cual impide obtener productos con valor agregado de demanda internacional. (2013).

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

El desconocimiento de la demanda existente de carne de cuy por parte de los productores del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi; han limitado la exportación del producto hacia el mercado de inmigrantes latinos residentes en Nueva York, Estados Unidos.

1.3 DELIMITACIÓN.

TABLA N°. 1 DELIMITACIÓN DEL PROYECTO.

Objeto:	Demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos, residentes en Nueva York, Estados Unidos.
Sujeto:	Oferta exportable en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.
Tiempo:	2014-2015
Espacio:	Cantón: Bolívar. Provincia: Carchi País: Ecuador. Ciudad de Nueva York, Estados Unidos.
Personas o grupo social:	Productores de cuy, exportador. Consumidores inmigrantes latinos.

Elaborado por: Lenin Burbano.

1.4 JUSTIFICACIÓN.

Se ha considerado importante realizar esta investigación tomando en cuenta el ámbito profesional, porque con ello se permitirá diversificar los productos de exportación ecuatorianos no tradicionales, de esta forma se logrará generar fuentes de trabajo.

Este documento pretende convertirse en una guía de consulta que dé a conocer a los habitantes locales, nacionales y extranjeros las bondades que presenta la carne de cuy y los réditos económicos que podrían adquirir los productores, si se lo comercializa a nivel internacional.

En el ámbito académico es importante porque permitirá aplicar los conocimientos adquiridos, mismos que están enfocados en buscar nuevos mercados internacionales.

En la investigación se pretende determinar la factibilidad para comercializar la carne de cuy en el exterior, y contribuir al desarrollo social y económico de los productores del Cantón Bolívar.

Directamente se beneficiarán de esta investigación los cuyicultores del Cantón Bolívar y sus familias quienes lograrán aumentar sus ingresos, mejorando sus condiciones de vida.

La población en general de la provincia del Carchi, también se verá favorecida con la generación de fuentes de trabajo, dando como resultado el desarrollo sostenido del sector.

La política del Buen Vivir que promueve el Gobierno, permite dar oportunidades de crecimiento económico a la población productora y comercializadora de productos no tradicionales. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013, p. 103).

1.5 OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

- Determinar la demanda existente de la carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en Nueva York, Estados Unidos, para incentivar su exportación por parte de los productores del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Sustentar teórica y bibliográficamente la existencia de la demanda y la oferta exportable de la carne de cuy.
- Cuantificar el nivel de la demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en Nueva York, para establecer la oferta exportable de los productores del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.
- Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de la carne de cuy desde el Cantón Bolívar, que permita cubrir parte de la demanda insatisfecha de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

En la búsqueda de referencias que sustenten la realización de esta investigación, se consideró necesario citar los siguientes antecedentes:

La primera investigación titulada: “Producción de cuyes en los cantones de la Provincia de Chimborazo para su comercialización o exportación a países de España e Italia”, realizada por el Ing. Com. Guillermo Isaac Castillo, para la obtención del título de Magister en Administración de Empresas Mención Especial: Negocios Internacionales de la Universidad de Guayaquil, (2009).

Este proyecto se basa en la necesidad de implementar una empresa de producción de Cuy en el Cantón Riobamba, lo que con lleva incentivar a sus habitantes a mejorar su calidad de vida mediante la producción del cuy, la comercialización local y exportación a la Unión Europea.

La segunda investigación se denomina: “Estudio de factibilidad para la producción y exportación de carne de cuy (*Cavia Porcellus*) para mercados de Estados Unidos y España”, realizada por Andrea Verónica Sotomayor Correa previo a la obtención del título de Ingeniera en Agro empresas de la Universidad San Francisco de Quito, (2011).

En ella se revela la existencia de gran demanda de cuy por parte de los migrantes sudamericanos, principalmente de las provincias de la sierra de Ecuador que son las mayores productoras y comercializadoras para estos mercados internacionales.

Finalmente la tercera tesis consultada se denomina: “Creación de un clúster productor de carne de cuy pre cosido empacado al vacío, su estrategia logística de comercialización internacional dirigido al mercado de Nueva Jersey, Estados Unidos”, realizada por Carolina Elizabeth Pullas Bolaños, previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Internacional de la Escuela Superior Politécnica del Ejército, (2013).

En este trabajo de investigación se busca promover planes y políticas de asistencia técnica que incentiven la puesta en marcha de proyectos de emprendimiento productivos sobre la comercialización del cuy para el cambio de la matriz productiva del Ecuador.

2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

En el desarrollo del presente proyecto es preciso hacer una referencia a los aspectos legales que regulan las actividades de las empresas como pilares del crecimiento y desarrollo socioeconómico del país. Para ello se presenta la siguiente justificación legal que abala la realización del estudio:

TABLA N°. 2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN	ANÁLISIS
Constitución de la República del Ecuador (2008).	“Art. 261. Competencias exclusivas sobre economía, tributación, aduanas, comercio exterior. Art. 306. Promoción de importaciones y exportaciones generando empleo y valor agregado. Art. 320. Fomentar los procesos de producción. Art. 95 y 396. Protección del medio ambiente responsabilidad de todos. Art. 417. Los tratados internacionales se sujetarán a lo establecido en la Constitución”. (2008).	La Constitución del Ecuador entre los principales mecanismos en materia de comercio exterior, busca promover e incentivar las exportaciones de los grupos artesanales que incorporen valor agregado para los mercados internacionales, que ayuden a promocionar al país en el contexto globalizado.
Plan Nacional del Buen Vivir (2009 -2013).	De las Exportaciones: “(…) el gobierno ha modernizado y articulado diferentes entidades como el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador). Adicionalmente, se ha modernizado y agilizado el Servicio Nacional de Aduana con el fin de minimizar los tiempos y los costos de los procesos comerciales con la Ventanilla Única de Comercio Exterior (Comercio Exterior, 2013) (…)”. (p. 256). De las Importaciones: “En este ámbito, el reto en el corto plazo es lograr la transferencia de tecnología de las importaciones y la sustitución de aquellas de baja intensidad tecnológica. Las importaciones en 2012 representaron el 28,4% del PIB, explicado principalmente por la alta compra de	Los cambios integrales por parte de las instituciones que facilitan la realización del comercio exterior del Ecuador. Estos cambios son importantes, porque permiten agilizar los procesos y otorgar información para los nuevos exportadores sobre sus productos en nuevos mercados internacionales, fomentando la producción y la comercialización directa. Se busca consolidar la restricción selectiva de aquellas importaciones que ponen en desventaja a la industria nacional, de igual manera se persigue potencializar aquellas que contribuyan a mejorar la infraestructura tecnológica y

	<p>materias primas y bienes de capital, que son los rubros que componen el 57,1% del total de las importaciones del año 2012. Este hecho da muestra de la dependencia productiva ecuatoriana con respecto a los bienes importados (...)" (p. 257).</p>	<p>aporten a dar valor agregado a productos no tradicionales que beneficien al cambio de la Matriz Productiva.</p>
<p>Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) (2010)-</p>	<p>Art. 4 Lit. m, n, o, p. Promover exportaciones e importaciones ambientalmente sustentables. Art. 19 Lit. c. Otorgar derechos a los inversionistas. Art. 24 Incentivos. Art. 93 Impulsar la producción nacional alineada en las exportaciones, cumpliendo con normas legales de Gobierno.</p>	<p>Mediante su puesta en marcha se busca dinamizar la economía del Ecuador frente a la de los demás países de la región y del mundo; impulsar la generación de fuentes de empleo mediante la promoción de las exportaciones provenientes de sectores estratégicos y de pequeños artesanos; la protección de la industria nacional mediante la restricción selectiva de importaciones y ser un mecanismo de incentivo tributario para la llegada de mayor inversión extranjera.</p>
<p>Agenda Zonal Territorial y Productiva (2013).</p>	<p>En la provincia del Carchi, se denota la gran inclinación por parte de la población en la realización de actividades relacionadas con la agricultura, la ganadería, el turismo, el comercio y la crianza de animales menores.</p>	<p>En la provincia del Carchi (Cantón Bolívar) se evidencia la crianza del cuy especialmente en el sector rural en condiciones e infraestructura deficiente para desarrollar la actividad productiva. (p. 34).</p>
<p>Alternativas al ATPDEA (1991-2013).</p>	<p>Resolución # 105 Comité de Comercio Exterior de Ecuador.</p>	<p>Tras la decisión del Congreso Estadounidense de no renovar las exenciones a productos ecuatorianos que se beneficiaban del ATPDEA, el Gobierno del Ecuador decidió renunciar a dicho beneficio en julio de 2013 y ofreció Créditos y Abonos Tributarios a los exportadores como medida de compensación.</p>
<p>Principio de la Nación más Favorecida. (NMF-OMC).</p>	<p>"(...) la OMC es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades. (2014).</p>	<p>Los países no pueden normalmente establecer discriminaciones entre sus diversos interlocutores comerciales. Si se concede a un país una ventaja especial (...), se tiene que hacer lo mismo con todos los demás Miembros de la OMC.</p>

2.3 MARCO TEÓRICO.

2.3.1 Teorías Utilizadas en la Investigación.

TABLA N°. 3 TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN.

TEORÍAS	CARACTERÍSTICAS	RELACIÓN
Teoría Singer-Prebish (H. Singer y R. Prebish)	<p>El intercambio comercial perjudica a los países no desarrollados.</p> <p>Los autores recomiendan a los países no desarrollados que sigan una política de industrialización mediante la sustitución de importaciones, para lo cual deberán implementar una política comercial de proteccionismo selectivo.</p>	<p>Mediante la restricción selectiva de importaciones, el Gobierno del Ecuador planea transformar la Matriz Productiva y energética del país.</p> <p>Por ello se busca incentivar la producción artesanal de pequeños y medianos productores de carne de cuy para promover su exportación hacia destinos internacionales, generando mayores fuentes de ingresos y trabajo para los habitantes.</p>
Teoría de la Demanda Representativa, (S. B. Linder)	<p>El comercio internacional tiene su lugar si previamente existe en un país una demanda representativa del producto que permita aumentar la producción y reducir los costos.</p> <p>El producto bajo estas condiciones puede ser competitivo y exportable.</p>	<p>La demanda de carne de cuy en el mercado internacional es representativa con relación al nivel de oferta existente en el Ecuador, debido a que se incrementaría la producción a nivel que lo hace la demanda, permitiendo reducir los costos para los productores.</p>
Teoría de la Ventaja Competitiva (Michael Porter, 1987)	<p>Según Porter la estrategia competitiva, toma acciones ofensivas o defensivas para crear una, posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un Retorno sobre la inversión.</p> <p>Diferenciación: se fundamenta en la capacidad de satisfacción del cliente, mediante la implementación de atributos únicos de los productos.</p> <p>Nichos de Mercado: el cliente tiene múltiples necesidades que son complejas y singulares.</p> <p>Liderazgo en costos: consiste en ser el productor de menor costo en el sector industrial.</p>	<p>Según esta teoría, un país debe aprovechar al máximo las condiciones de factores que posee en cantidades importantes.</p> <p>A fin de aprovechar esta ventaja competitiva, un país debe estar mejorando constantemente las condiciones de sus factores para producir a menores costos y satisfacer las necesidades singulares y complejas de los clientes.</p>

Fuente: Introducción al Comercio Internacional, 2011.

2.3.2 Metodología a Utilizar en la Investigación.

La presente investigación se sustentó en procesos del método científico a través de los cuales se pretende demostrar que la idea a defender puede ser comprobada o rechazada.

Tomando en cuenta que los resultados obtenidos son de carácter cualitativo y cuantitativo, se hizo necesaria la aplicación de técnicas como la encuesta para conocer el grado de demanda existente y de oferta exportable, así como los gustos y preferencias del consumo de la carne de cuy por parte de la población latina residente en la ciudad de Nueva York.

2.3.3 Vocabulario Técnico.

Demanda.- Es la cantidad de bienes o servicios que el consumidor está dispuesto adquirir en un lugar establecido y a un precio dado.

Oferta.- Es la cantidad de bienes y servicios que los fabricantes están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones tratadas en un tiempo determinado.

Exportación.- Salida de mercancías del territorio nacional para negociar con otros países, con fin de promocionar su diversa producción de productos.

Importación.- Entrada de mercaderías al territorio nacional, con fines de permanencia temporal o definitiva.

Demanda Insatisfecha.- Cantidad de bienes o servicios producidos que no cubren la demanda requerida.

Oferta Exportable.- Capacidad administrativa, económica y de gestión con la que cuentan las empresas para asegurar volúmenes de producción de forma continua, que los mercados demandan para satisfacer sus requerimientos.

Valor Agregado.- Es un servicio o característica extra que se le da a un determinado producto o servicio, con el fin de que el cliente encuentre en él una mejor percepción y satisfacción.

Comercialización.- Se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de mercancías, productos o servicios determinados que los clientes demandan.

Proveedores.- Son aquellas personas o empresas encargadas de surtir a otras con existencias o artículos, para su transformación posterior o venta directa al consumidor final.

Canal de Distribución.- Es el mecanismo mediante el cual las empresas ponen en manos de los consumidores los productos para que sean adquiridos, desde el lugar de producción hacia el de comercialización.

2.4 IDEA A DEFENDER.

Con la oferta exportable de carne de cuy del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi; se atenderá parte de la demanda insatisfecha de los inmigrantes latinos presentes en la ciudad de Nueva York.

2.5 VARIABLES.

2.5.1 Variable Independiente.

- Demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos radicados, en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos.

2.5.2 Variable Dependiente.

- Oferta exportable en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

III. MARCO METODOLÓGICO.

Para Tamayo, M. (2013): “El método científico es el conjunto de procedimientos para los que se plantean problemas científicos y se ponen a prueba hipótesis e instrumentos del trabajo investigativo”. (p. 10).

Se ha creído importante la aplicación de este método porque permite percibir de manera objetiva y concreta el problema de estudio, el cual constituye la base para el desarrollo de la investigación.

De igual manera se centra principalmente en proponer soluciones óptimas a los problemas planteados y la consecución de los objetivos establecidos, mediante el seguimiento de pasos sucesivos y ordenados.

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Dentro del Método Científico, se encuentra inmersa la **Investigación Cuantitativa** donde se obtuvo de forma directa la información numérica y estadística.

La **Investigación Cualitativa** permitió definir las principales características que no fueron susceptibles de medición como son gustos y preferencias de los consumidores, factores conductuales, necesidades internas y externas insatisfechas de las personas; que fueron determinantes para el desarrollo del proyecto.

3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

Se utilizó Encuestas para la recolección de información que estuvo dirigida a los productores de cuy en el Cantón Bolívar y a los restaurantes de inmigrantes ecuatorianos localizados en la ciudad de Nueva York.

A los productores se les aplicó el instrumento de recolección de datos en un documento impreso. En el caso de los restaurantes ecuatorianos se envió una encuesta vía correo electrónico al principal dirigente para conocer el grado de aceptación del producto en el mercado latino inmigrante de Nueva York. (Véase el Anexo N°. 01 y Anexo N°. 02).

La Técnica de la Observación permitió acercarse más a la realidad de los hechos y obtener información clara, que se utilizó para el desarrollo de la investigación. Para la recolección de información secundaria se acudió a textos, revistas, documentos, prensa, internet, entre otros.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La Investigación Documental es un procedimiento científico y sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema, empleando instrumentos escritos, documentos impresos, electrónicos y audiovisuales. (Posso, M. 2009, p 22-23).

En la Investigación Exploratoria se realizó una aproximación a la realidad del problema investigado. A partir de esta información se determinó elementos básicos para el planteamiento del problema y técnicas necesarias para el proceso investigativo.

Finalmente en la Investigación de Campo se aplicaron las encuestas donde se pudo determinar la cantidad ofertada exportable del producto en el Cantón Bolívar. (Véase el Anexo N°. 03).

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

La población motivo de estudio está representada por los latinos inmigrantes radicados en la ciudad de Nueva York, que son los principales demandantes del producto; sin embargo al no poder ser atendidos en su totalidad se ha optado por abastecer a los restaurantes de compatriotas ecuatorianos para cubrir parte de la demanda insatisfecha.

Este grupo segmentado de restaurantes corresponde a los principales expendedores de la carne de cuy envasada al vacío, que en su menú incorporan este ingrediente para la preparación de diversos platos que son demandados por los latinos inmigrantes en Nueva York. (Véase el Anexo N°. 04).

3.4.1 Población de Latinos inmigrantes.

Para conocer la población latina residente en capacidad de consumir la carne del cuy, se procedió a seleccionar a los posibles demandantes del producto tomando como referencia la edad, gustos, ingresos y preferencias de los consumidores.

Cifras del último Censo realizado en Estados Unidos revelaron que existían aproximadamente 50,5 millones de latinos, es decir un 16% más con relación al censo del 2002. Actualmente se encuentran residiendo 2'336.076 latinos en la ciudad de Nueva York. (census.gov, 2010).

El principal mercado son los latinos inmigrantes residentes provenientes de países como: Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia, donde la producción del cuy está más arraigada en la costumbre y el hábito de las personas por consumirlos se mantiene incluso, fuera de su país de procedencia:

TABLA N°. 4 MIGRANTES RESIDENTES EN NUEVA YORK.

PAÍS	TOTAL ESTADOS UNIDOS	TOTAL NUEVA YORK	%
Colombia	989.231	361.682	36,56%
Ecuador	644.863	200.000	31,01%
Perú	556.386	155.000	27,86%
Bolivia	114.094	30.023	26,31%
TOTAL:	2.304.574	746.705	32,40%

Fuente: Pew Research Center, 2014.

Las estadísticas de residentes muestran un absoluto predominio de inmigrantes en edad laboral y en condiciones de consumir la carne del cuy:

TABLA N°. 5 POBLACIÓN LATINA EN EDAD DE CONSUMIR LA CARNE DEL CUY EN NUEVA YORK.

PORCENTAJE	EDAD	TOTAL
52%	Entre 20 y 50 años	388.287

Fuente: cepal.org, 2014.

Se estima que las personas cuyas edades están comprendidas entre los 20 y 50 años, no todas consumen la carne del cuy. Únicamente el 36,40% de ellas consumen la carne de cuy de 1 Kg en promedio, es decir unos 141.336 ciudadanos de forma mensual.

3.4.1.1 Censo en el Cantón Bolívar.

Para la recolección de información de la oferta, se elaboró un instrumento de aplicación a todos y cada uno de los productores de cuy en el Cantón Bolívar. Ellos ascienden a un total de 29 con una población de 632 cuyes y una oferta exportable de 505 cuyes que representan el 80,04% de forma mensual.

Debido a que la población es reducida y cuantificable, no se hizo necesario la aplicación de un muestreo. (Posso, M. 2009).

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

TABLA N°. 6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

IDEA A DEFENDER: Con la oferta exportable de carne de cuy del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi; se atenderá parte de la demanda insatisfecha de los inmigrantes latinos presentes en la ciudad de Nueva York.							
VARIABLES:	INDICES:	INDICADORES:	ÍTEMS:	TÉCNICA:	INSTRUMENTO:	INFORMANTE:	
VI: Demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos radicados, en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos.	Demanda existente de carne de cuy en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos.	Socioeconómicos.	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la situación del PIB en Estados Unidos? • ¿Cuál es el Índice Inflacionario? • ¿Cuál es el Índice de Riesgo País? • ¿Cómo está constituida la población de Nueva York? • ¿Cuál es el Índice de Crecimiento de la Población? • ¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes? 	Análisis linkográfico, bibliográfico.	Textos, sitios Web.	Internet: archivos, enlaces.	
		Políticos.	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la Política Comercial frente a las exportaciones? • ¿Cuál es la Política Económica frente a las importaciones? • ¿Cuál es la Balanza Comercial? 				Información documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Legales (medidas arancelarias, no arancelarias).	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existen Barreras Arancelarias para la importación de carne de cuy? • ¿Existen Barreras no Arancelarias para la importación de carne de cuy? • ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para la comercialización del producto? 				
		Geográficos.	<ul style="list-style-type: none"> • Principales características de las condiciones de acceso físico al mercado de destino 				

	MERCADO	DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el perfil del consumidor Latino? • ¿Cuáles son los potenciales consumidores? • ¿Cuál es el nivel de aceptación del producto por parte los restaurantes latinos? 		Encuesta telefónica. vía	Restaurantes. Inmigrantes latinos.
		OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existe producción local en Estados Unidos? • ¿Cuál es la Demanda Insatisfecha? • ¿Cuál es el Precio Referencial del producto en el mercado de destino? • ¿Cuál es la Competencia Internacional? • ¿Cuál es el Canal de Distribución? 		Correo electrónico.	Productores ecuatorianos, peruanos, colombianos, etc.
VARIABLES:	ÍNDICES:	INDICADORES:	ÍTEMS:	TÉCNICA:	INSTRUMENTO:	INFORMANTE:
VD: Oferta exportable en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.	ENTORNO	Político / Legal (Medidas Arancelarias, No Arancelarias.	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la Política Económica / Comercia de Ecuador? • ¿Existen Barreras Arancelarias para la exportación de carne de cuy? • ¿Existen Barreras no Arancelarias para la exportación de carne de cuy? • ¿Cuál es la Balanza Comercial? 	Observación. Encuesta. Análisis linkográfico, Bibliográfico.	Cuestionario.	Internet: archivos, enlaces.
		Factores socio económico. Grupo ofertante.	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la situación actual de Ecuador? • ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? • ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante? 			Información documental.
	PRODUCTO / OFERTA COMERCIALIZACION	Características del producto. Oferta exportable.	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál son las características del producto? • ¿Cuáles son los proveedores del sector? • ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de mediada y tiempo para la exportación? • ¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación? 	Observación. Encuesta.	Cuestionario.	Productores y ofertantes de cuy.

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Con el fin de dar respuesta al problema planteado, se ha considerado necesario planear detalladamente la forma de recolectar la información de la demanda y de la oferta.

Para su obtención se acudió a fuentes bibliográficas, archivos documentales, electrónicos y escritos a fin de determinar la situación actual de la demanda existente de carne de cuy en el mercado inmigrante de Nueva York.

La idea de exportar el producto fue recibida con agrado por parte de los productores y criadores de cuy situados en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

3.7 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

La fase de procesamiento, análisis e interpretación de la información dará como resultado datos estadísticos de primer orden, que han sido obtenidos directamente de los actores y sujetos del estudio.

La interpretación de las encuestas permitió conocer el criterio del informante, lo cual servirá de base para determinar la oferta y demanda del producto.

3.7.1 Análisis de la Oferta.

Es necesario precisar la oferta global por parte de los productores de cuy en el Cantón Bolívar para determinar su capacidad exportadora.

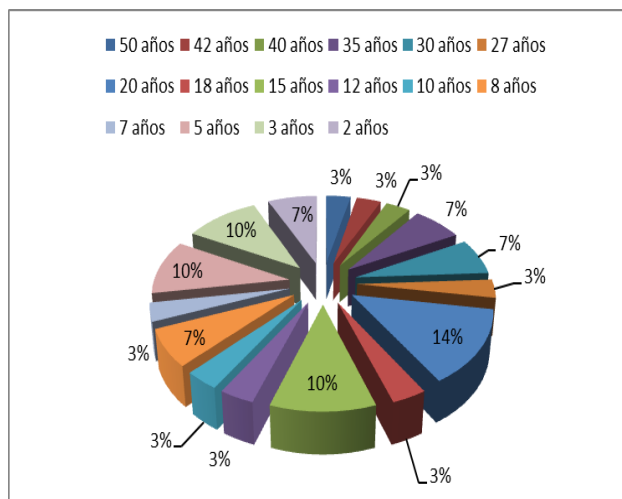
Se realizó la tabulación y análisis de datos para identificar la cantidad exacta de carne de cuy envasado al vacío que se exportará hacia el mercado de latinos inmigrantes, residentes en la ciudad de Nueva York.

1. ¿Desde qué año aproximadamente se dedica usted a la crianza de cuyes?

TABLA N°. 01

Variable	f	%
50 años	1	3,57
42 años	1	3,57
40 años	1	3,57
35 años	2	7,14
30 años	2	7,14
27 años	1	3,57
20 años	4	14,29
18 años	1	3,57
15 años	3	10,71
12 años	1	3,57
10 años	1	3,57
8 años	2	7,14
7 años	1	3,57
5 años	3	10,71
3 años	3	10,71
2 años	2	2,22
TOTAL:	29	100

GRÁFICO N°. 01



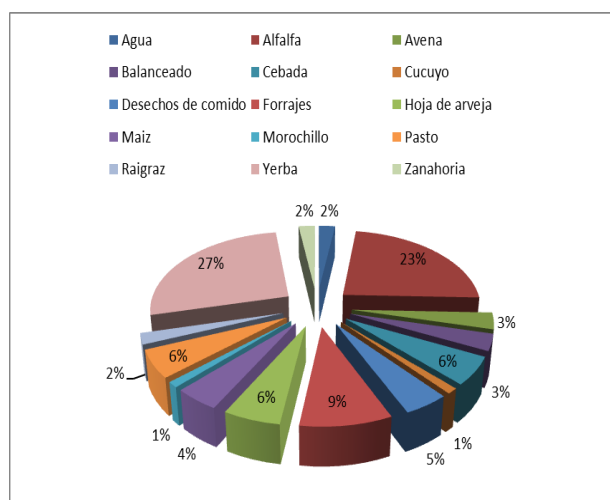
Análisis.- Los centros de crianza en el Cantón Bolívar en su mayor parte abastecen la demanda local y familiar; actividad realizada por el 14% de ellos durante más de 20 años. El 11% lo realizan entre 3, 5 y 15 años. Así mismo se pudo conocer que la actividad para el comercio no es tan antigua, ya que el negocio de la crianza y comercialización de la carne de cuy es rentable cuando se realiza a gran escala.

2. ¿Qué tipo de alimento consumen los cuyes?

TABLA N°. 02

Variable	f	%
Agua	2	2,22
Alfalfa	21	23,33
Avena	3	3,33
Balanceado	3	3,33
Cebada	5	5,56
Cucuyo	1	1,11
Desechos de comida	4	4,44
Forrajés	8	8,89
Hoja de arveja	5	5,56
Maíz	4	4,44
Morochillo	1	1,11
Pasto	5	5,56
Raigrás	2	2,22
Yerba	24	26,67
Zanahoria	2	2,22
TOTAL:	90	100

GRÁFICO N°. 02



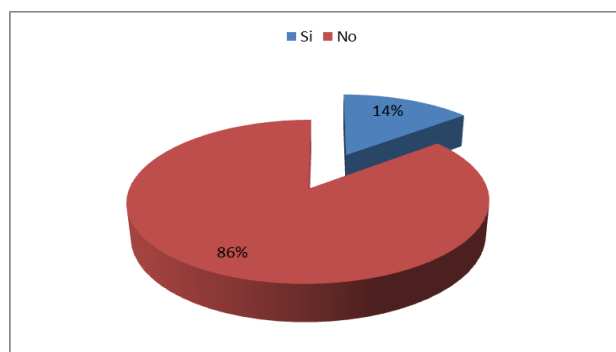
Análisis.- El productor del Cantón Bolívar en gran parte prefiere alimentar a sus animales con insumos propios de la localidad con un predominio del 27% de ellos quienes los alimenta a base de yerba, seguido de forrajes, alfalfa, hoja de arveja entre otros, que son cultivados en sus propias granjas y a bajos costos.

3. ¿Utilizan procesos tecnificados para la crianza del animal o conoce alguno de ellos?

TABLA N°. 03

Variable	f	%
Si	4	14,29
No	24	86,21
TOTAL	28	100

GRÁFICO N°. 03



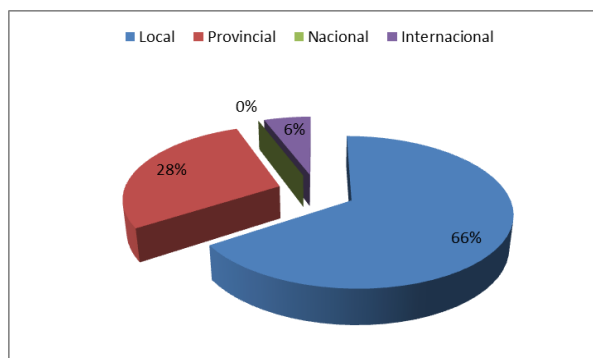
Análisis.- La mayoría de los encuestados (86%) indicó que no poseían conocimientos técnicos para la crianza del cuy y la explotación de su carne, dado que solo emplean conocimientos tradicionales y empíricos como resultado de la experiencia diaria. El 14% restante aducen que no han recibido capacitación en producción y comercialización por los organismos encargados dando lugar al abandono de la actividad.

4. ¿Dónde lo comercializan el producto?

TABLA N°. 04

Variable	F	%
Local	23	65,71
Provincial	10	28,57
Nacional	0	0,00
Internacional	2	5,71
TOTAL:	35	100

GRÁFICO N°. 04



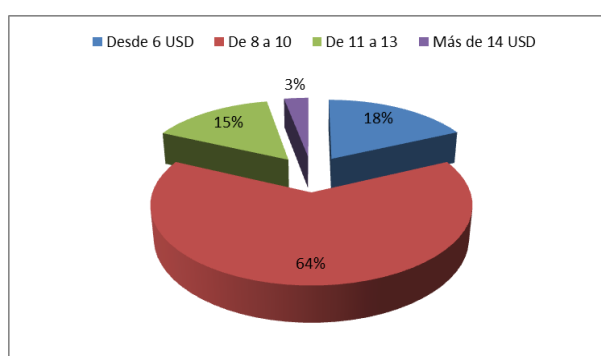
Análisis.- El 66% de la producción es comercializada a nivel local y en pequeñas cantidades a personas que acuden personalmente hasta los centros de crianza. En el ámbito provincial el 28% de producto demandado por los clientes solo lo hacen en ocasiones especiales o para cubrir otros pedidos, por lo que no se cuentan con clientes fijos. El restante 6% de los productores lo hacen a nivel internacional, especialmente el colombiano por su sabor y calidad.

5. ¿Cuál es el precio del cuy listo para faenarlo?

TABLA N°. 05

Variable	f	%
Desde 6 USD	6	18,18
De 8 a 10	21	63,64
De 11 a 13	5	15,15
Más de 14 USD	1	3,03
TOTAL:	33	100

GRÁFICO N°. 05



Análisis.- Los cuyes que se ubican entre los 1.200 gr pueden llegar a costar entre 8 y 10 dólares, es decir el 64% lo cual representa un precio accesible para el productor. El 18% de los principales locales de crianza del cuy, lo comercializan a un precio que oscila los 6 dólares, que no representa el costo de producción y su peso es inferior a 1.000 gr. Un 15% lo comercializa en más de 11 dólares solo en fechas y ocasiones específicas.

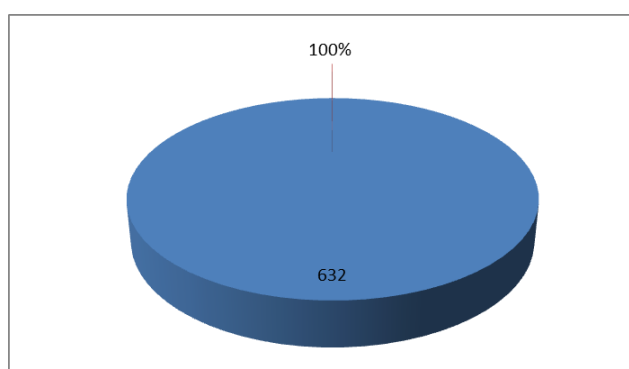
6. ¿Cuál es su producción mensual de cuyes para poner en el mercado?

TABLA N°. 06

NOMBRE DEL PRODUCTOR	DIRECCIÓN	CUYES EN PIE
Anita Cárdenas	Barrio Chután	5
Asociación de Emprendedoras "Libertad"	Barrio Cuarantún	50
Rosa Inés Trujillo Torres	Barrio Central	25
Luis Alfonso Cachiguango Lima	Parroquia Los Andes	35
Wilmer Humberto Pozo Prado	Barrio San Vicente	10
Oscar Patricio Cachiguango López	Parroquia Los Andes	25
Luis Quelal Chandi	Barrio Sur	10
Martha Cecilia Morillo Vaca	Barrio Central	10
Rosa Isabel Torres Benavides	García Moreno y Julio Andrade	13
Luis Jaime Cangás Ordóñez	Panamericana Norte y S. Bolívar	100
Judith Molina Romero	Barrio Pistud	10

David Ernesto Navarrete	Barrio Pistud	15
Carmen Amelia Prado Rosero	Grijalva y Dávila	5
Yolanda Montenegro	Julio Andrade y García Moreno	5
Yolanda Narváez	Calle García Moreno	15
Jorge Eduardo Villacís Terán	Barrio La Esperanza	45
Gloria Erminda Guevara	Calle Olmedo	10
David Angulo	Barrio La Esperanza	20
Purificación Elvira Chamorro	Calle Olmedo y Dávila	10
Carmen Guerrero	Julio Andrade y García Moreno	15
Clara Luz Cortés Díaz	Barrio Cuarentún	13
Margoth Alicia Guachagmira	Barrio La Esperanza	15
María Cuamacás	Barrio Chután	3
Cuma Monroy	Barrio Cuarentún	25
Asociación Mujeres Agropecuarias	Barrio Cuesaca	20
Nelly Caicedo	Barrio Chután	9
Rosa Esperanza Valencia Torres	Calle Simón Bolívar y S/N	15
Lourdes Silvana Quelal Herrera	Calderón (Plazuela)	25
Nelson Burbano Ramírez	Barrio Puntales	75
TOTAL:		632

GRÁFICO N°. 06



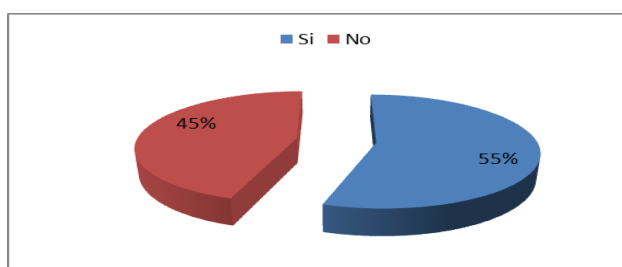
Análisis.- Dadas las condiciones en las que se desarrolla la actividad productiva, el número de animales existentes en cada centro es reducido (632 cuyes), por la falta de infraestructura y escasas de alimento en reiteradas ocasiones. La competencia existente entre productores también restringe la producción que es desleal y les resta utilidades.

7. ¿Sabía usted que la carne de cuy la exportan a otros países?

TABLA N°. 07

Variable	f	%
Si	16	55,17
No	13	44,83
TOTAL:	29	100

GRÁFICO N°. 07



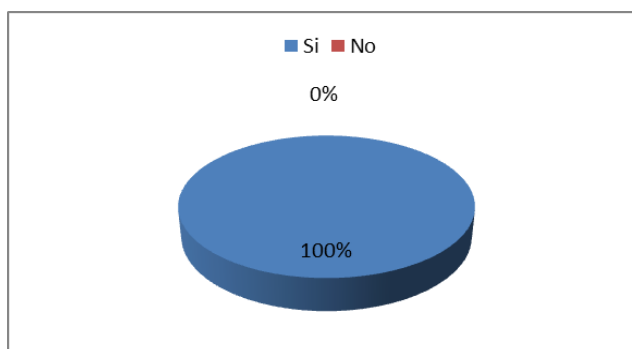
Análisis.- El 55% de los productores saben que la carne de cuy es exportada al exterior gracias a la alta demanda de los compatriotas migrantes radicados en el exterior, quienes conservan hábitos de consumo de sus países de origen. El 45% restante adujeron desconocer que se podía exportar por falta de información.

8. ¿Le gustaría a usted ganar más utilidades por la venta del cuy?

TABLA Nº. 08

Variable	f	%
Si	29	100,00
No	0	0,00
TOTAL:	29	100

GRÁFICO Nº. 08



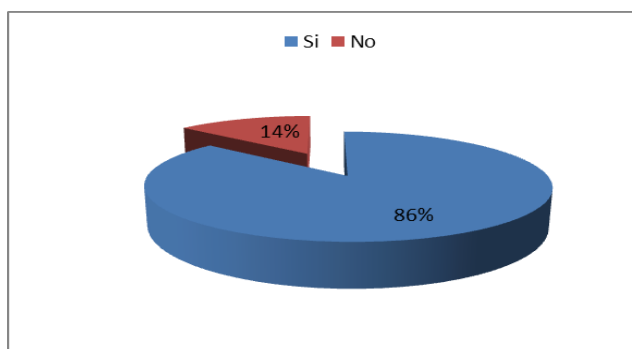
Análisis.- El 100% de productores entrevistados respondió afirmativamente a la posibilidad de obtener mayores utilidades por la venta del cuy, porque eso les permitiría crecer económicamente. A su vez serán capaces de reinvertir las ganancias en infraestructura y bienes de capital.

9. ¿Usted estaría dispuesto a asociarse con otros productores para dar valor agregado a la venta del cuy y exportar la carne empacada al vacío?

TABLA Nº. 09

Variable	f	%
Si	25	86,21
No	4	13,79
TOTAL:	29	100

GRÁFICO Nº. 09



Análisis.- La posibilidad de asociarse para dar valor agregado a la carne del cuy fue tomada con gran agrado por el 86% de los productores, además mencionaron que nuevos mercados se pueden abrir en el exterior. Los incentivos del Gobierno los ayudarán a mejorar la economía productiva y

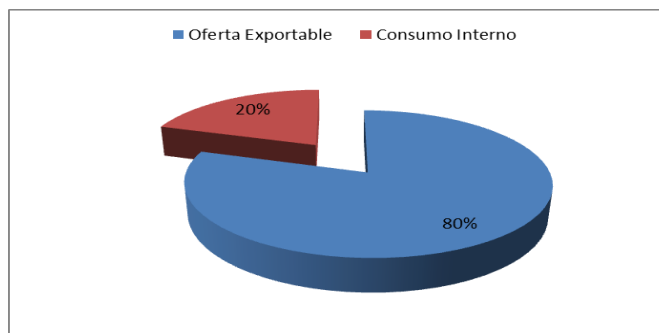
familiar. Criterios que no son compartidos por el 14% que prefieren hacerlo de forma artesanal.

10. ¿Qué porcentaje del total de la producción destinaría para la exportación?

TABLA N°. 10

NOMBRE DEL PRODUCTOR	DIRECCIÓN	CUYES EN PIE	FRECUENCIA	% EXPORTACIÓN	OFERTA EXPORTABLE EN KG
Anita Cárdenas	Barrio Chután	5	Mensual	50%	3
Asociación de Emprendedoras "Libertad"	Barrio Cuarentún	50	Mensual	80%	40
Rosa Inés Trujillo Torres	Barrio Central	25	Mensual	40%	10
Luis Alfonso Cachiguango Lima	Parroquia Los Andes	35	Mensual	100%	35
Wilmer Humberto Pozo Prado	Barrio San Vicente	10	Quincenal	90%	9
Oscar Patricio Cachiguango López	Parroquia Los Andes	25	Mensual	100%	25
Luis Quelal Chandi	Barrio Sur	10	Mensual	100%	10
Martha Cecilia Morillo Vaca	Barrio Central	10	Mensual	100%	10
Rosa Isabel Torres Benavides	García Moreno y Julio Andrade	13	Mensual	100%	13
Luis Jaime Cangás Ordóñez	Panamericana Norte y S. Bolívar	100	Mensual	85%	85
Judith Molina Romero	Barrio Pistud	10	Mensual	100%	10
David Ernesto Navarrete	Barrio Pistud	15	Mensual	100%	15
Carmen Amelia Prado Rosero	Grijalva y Dávila	5	Mensual	100%	5
Yolanda Montenegro	Julio Andrade y García Moreno	5	Mensual	100%	5
Yolanda Narváez	Calle García Moreno	15	Mensual	83%	12
Jorge Eduardo Villacís Terán	Barrio La Esperanza	45	Mensual	50%	23
Gloria Erminda Guevara	Calle Olmedo	10	Mensual	50%	5
David Angúlo	Barrio La Esperanza	20	Mensual	100%	20
Purificación Elvira Chamorro	Calle Olmedo y Dávila	10	Mensual	100%	10
Carmen Guerrero	Julio Andrade y García Moreno	15	Mensual	100%	15
Clara Luz Cortés Cortés Díaz	Barrio Cuarentún	13	Mensual	100%	13
Margoth Alicia Guachagmira	Barrio La Esperanza	15	Mensual	50%	8
María Cuamacás	Barrio Chután	3	Mensual	100%	3
Cuma Monroy	Barrio Cuarentún	25	Mensual	100%	25
Asociación Mujeres Agropecuarias	Barrio Cuesaca	20	Mensual	50%	10
Nelly Caicedo	Barrio Chután	9	Mensual	100%	9
Rosa Esperanza Valencia Torres	Calle Simón Bolívar y S/N	15	Mensual	100%	15
Lourdes Silvana Quelal Herrera	Calderón (Plazuela)	25	Mensual	50%	13
Nelson Burbano Ramírez	Puntales	75	Mensual	70%	53
TOTAL:		632		80%	505 Kg

GRÁFICO N°. 10



Análisis.- Existe una tendencia del 80% a favor de la exportación mensual de la carne de cuy envasada al vacío, que les permitirá generar mayores utilidades por la venta del producto al contar con clientes fijos en el exterior. El 20% restante lo continuará destinando al mercado local o para el consumo de los hogares.

3.7.2 Análisis de la Demanda.

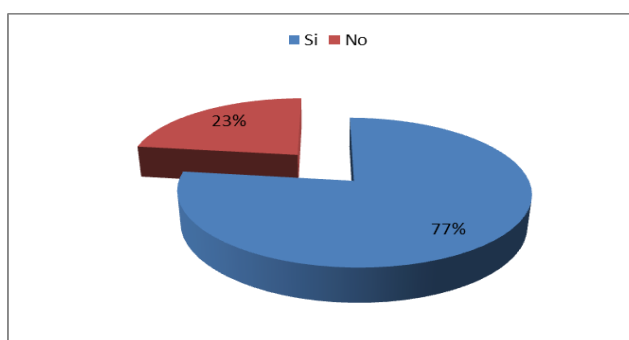
La demanda de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York es alta y el proyecto no está en capacidad de cubrirla por completo. Se ha considerado conveniente abastecer a los restaurantes de comida típica ecuatoriana como vínculo entre el productor y el cliente final. (Véase el Anexo N°. 06).

1. ¿En el menú de su restaurante incluye la carne de cuy?

TABLA N°. 01

Variable	f	%
Si	37	77,08
No	11	22,92
TOTAL:	48	100

GRÁFICO N°. 01



Análisis.- El 77% de encuestados se encuentran ofertando la carne del cuy en el menú, gracias a la alta concentración de latinos residentes en la ciudad de Nueva York que gustan de este tipo de comida. El 23% restante no

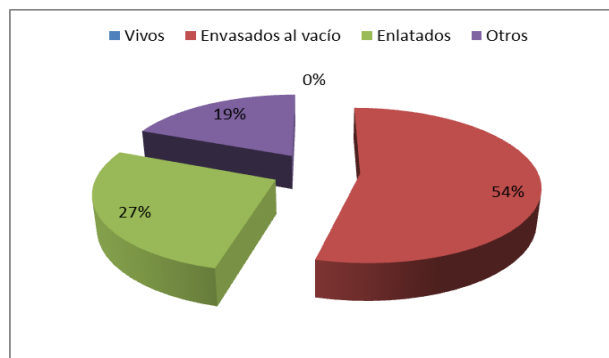
incorporan el producto porque se especializan en diferentes áreas tales como eventos, recepciones, bares, cafeterías, etc.

2. ¿Cómo prefiere usted adquirir los cuyes?

TABLA N°. 02

Variable	f	%
Vivos	0	0,00
Envasados al vacío	20	54,05
Enlatados	10	27,03
Otros	7	18,92
TOTAL:	37	100

GRÁFICO N°. 02



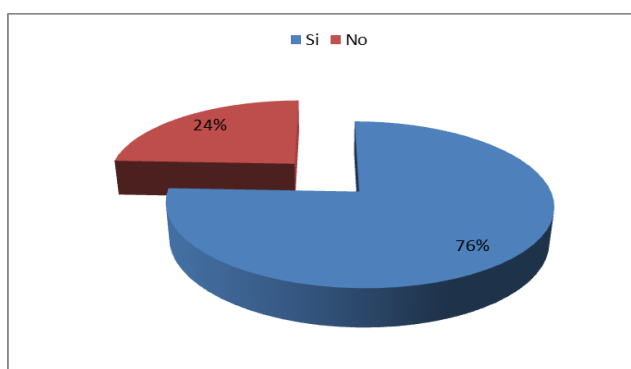
Análisis.- El 54% de los encuestados prefieren el envase al vacío de la carne de cuy, debido a las condiciones sanitarias y mejor conservación del producto en refrigeración. El 27% los prefiere en lata no obstante el costo es superior y el envase debe ser desechado de inmediato. El 19% prefiere adquirir la carne eviscerada, sin envases adicionales porque el aprovechamiento es inmediato.

3. ¿Su proveedor le ofrece garantías y certificaciones sanitarias del producto que le ofrece?

TABLA N°. 03

Variable	f	%
Si	28	75,68
No	9	24,32
TOTAL:	37	100

GRÁFICO N°. 03



Análisis.- El 76% de los encuestados manifestaron que los proveedores y comercializadores ecuatorianos cumplen con los requisitos para el ingreso de productos cárnicos a Estados Unidos. Además deben contar con autorizaciones previas de los organismos de control sanitario como son la FDA y la USDA. El 24% no lo exige porque piensa que el precio del producto se

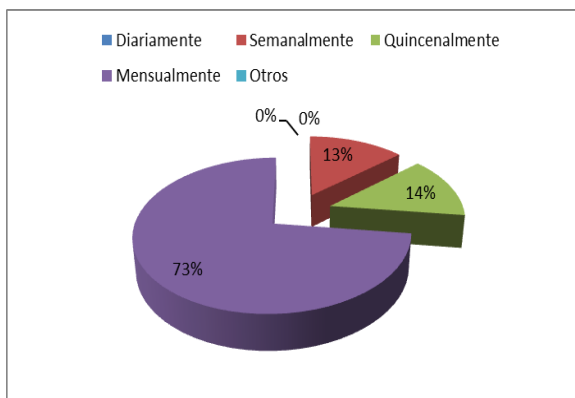
incrementaría, incumpliendo la norma y poniendo en riesgo la salud de las personas.

4. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia adquiere la carne de cuy?

TABLA N°. 04

Variable	Cant.	f	%
Diariamente	0	0	0,00
Semanalmente	15	5	13,51
Quincenalmente	20	5	13,51
Mensualmente	35	27	72,97
Otros	0	0	0,00
TOTAL:	70	37	100

GRÁFICO N°. 04



Análisis.- El 73% de restaurantes prefieren adquirir la carne de cuy de forma mensual para mejor comodidad tanto en el mecanismo de pago como en la comercialización del producto. El 14% y 13% prefiere hacerlo de forma quincenal y semanal, porque incrementa el nivel de ventas.

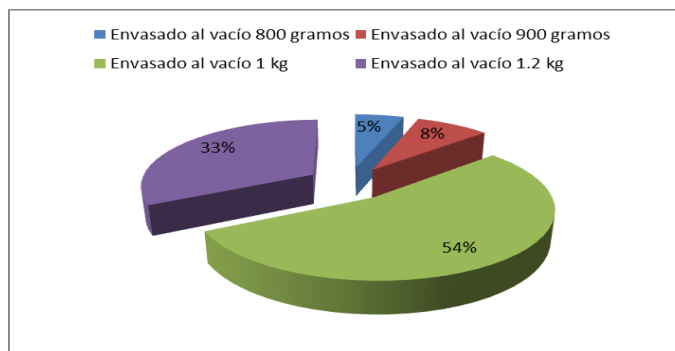
5. ¿Señale los pesos del cuy de acuerdo a la preferencia de consumo?

TABLA N°. 05

Variable	F	%	
Envasado al vacío	0,80 kg	2	5,41
	0,90 kg	3	8,11
	1 kg	20	54,05
	1,2 kg	12	32,43
TOTAL:	37	100	
Variable	F	%	
Vivos	0,60 kg	0	0,00
	0,80 kg	0	0,00
	1 kg	0	0,00
	1,2 kg	0	0,00
TOTAL:	0	0	

Elaborado por: Lenin Burbano.

GRÁFICO N°. 05



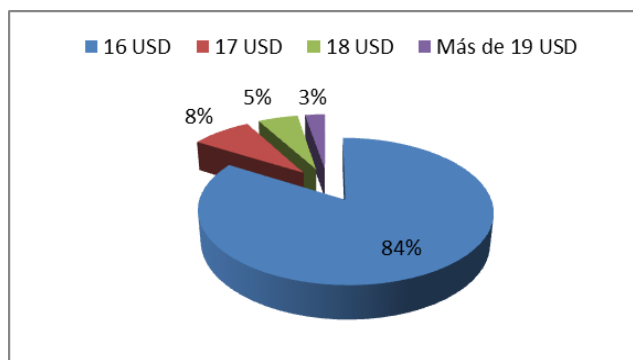
Análisis.- El 54% de encuestados prefiere adquirir el cuy de 1 Kg principalmente porque es más solicitado por los clientes; mientras que el 33% mencionaron inclinarse por el cuy de 1,2 Kg de peso, principalmente para familias con mayor número de integrantes. El 8% de encuestados está a favor de la presentación del cuy de 0,90 kg de peso por ser más accesibles y el 5% prefieren servirse de forma entera el cuy de 0,80 kg de peso.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el cuy de exportación de 1 Kg?

TABLA N°. 06

Variable	f	%
16 USD	31	83,78
17 USD	3	8,11
18 USD	2	5,41
Más de 19 USD	1	2,70
TOTAL:	37	100

GRÁFICO N°. 06



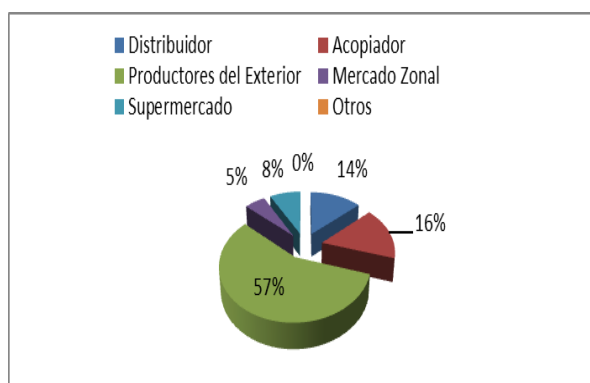
Análisis.- El 84% de encuestados, por accesibilidad, calidad, peso y condiciones sanitarias están en capacidad de cancelar como base 16 dólares por el cuy de 1 kilo; precio que es competitivo y representa utilidades para los restaurantes. El 8%, 5% y 3% manifestaron que cancelarían desde 17 hasta 19 dólares debido a las exigencias del producto principalmente en tamaño.

7. ¿Quiénes son sus principales proveedores?

TABLA N° 07

Variable	f	%
Distribuidor	5	13,51
Acopiador	6	16,22
Productores del Exterior	21	56,76
Mercado Zonal	2	5,41
Supermercado	3	8,11
Otros	0	0,00
TOTAL:	37	100

GRÁFICO N° 07



Análisis.- El 57% de encuestados expresaron que se abastecen principalmente de los propios productores-exportadores de Sudamérica, porque son quienes introdujeron en primera instancia a Estados Unidos la carne del cuy, apetecida por los inmigrantes latinos.

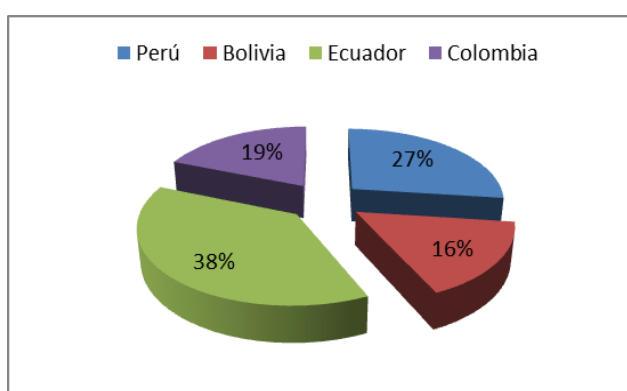
El 16% de encuestados indicaron que preferían el producto adquirir a los acopiadores, el 14% de distribuidores los consiguen en mercados y supermercados por la falta de proveedores directos.

8. ¿De qué país prefiere adquirir la carne del cuy?

TABLA N° 08

Variable	f	%
Perú	10	27,03
Bolivia	6	16,22
Ecuador	14	37,84
Colombia	7	18,92
TOTAL:	37	100

GRÁFICO N° 08



Análisis.- El 38% de propietarios de restaurantes se sienten identificados con el producto y dicen estar en capacidad de continuar abasteciéndose de proveedores ecuatorianos que cumplen las normas y requisitos de exportación. De igual forma dicen estar apoyando a los pequeños productores

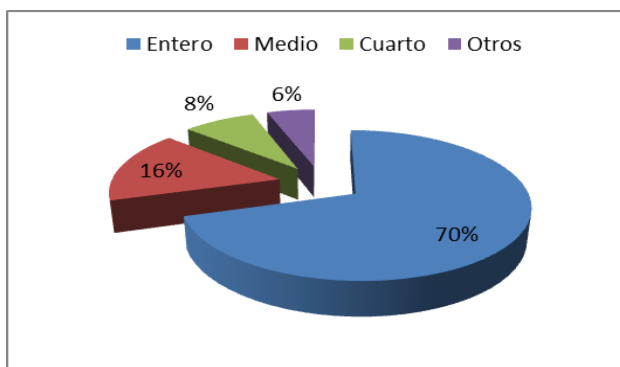
y contribuyendo al crecimiento de la economía del Ecuador. El 27% prefieren adquirir el cuy peruano por las diferentes presentaciones. El 19% se abastece de producto colombiano por el tamaño y la calidad.

9. ¿Cómo es la presentación del cuy para la venta?

TABLA N°. 09

Variable	f	%
Entero	26	70,27
Medio	6	16,22
Cuarto	3	8,11
Otros	2	5,41
TOTAL:	37	100

GRÁFICO N°. 09



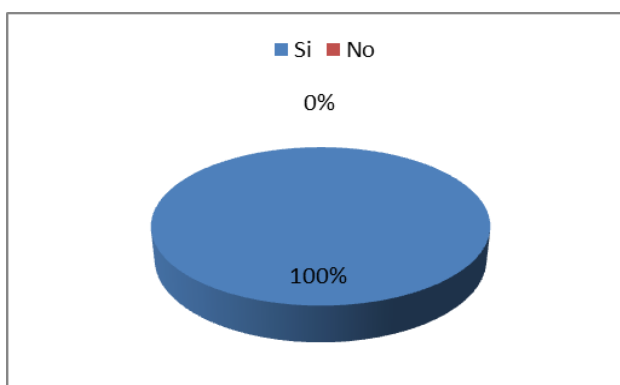
Análisis.- El 70% argumenta que el cliente prefiere deleitarse del cuy entero para degustar su buen sabor y carne exquisita. Es importante presentarlo en esa forma, porque resulta más rentable que el despresado. El 16% y 8% de locales los expende en otras presentaciones, por requerimientos del cliente.

10. ¿Estaría dispuesto a adquirir carne de cuy certificada y envasada al vacío desde Ecuador?

TABLA N°. 10

Variable	f	%
Si	37	100,00
No	0	0,00
TOTAL:	37	100

GRÁFICO N°. 10



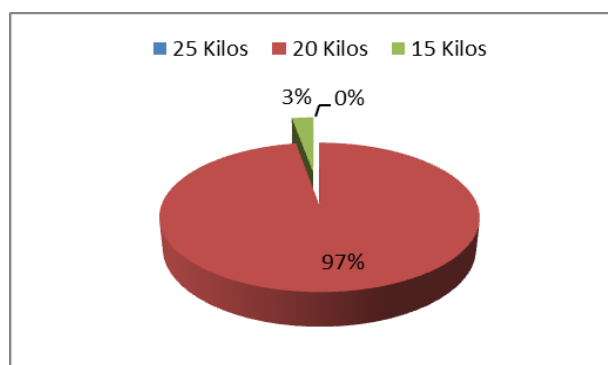
Análisis.- El 100% de restaurantes consultados están de acuerdo en adquirir carne de cuy envasada al vacío desde el Ecuador, para contribuir a mejorar la calidad de vida de los cuyicultores y promocionar así la producción no tradicional al mundo. De la misma forma tienen mucha confianza en que el producto es de calidad y competitividad internacional.

11. ¿Qué cantidad de nuestro producto estaría dispuesto a adquirir?

TABLA Nº. 11

Variable	f	Kg	%
25 Kilos	0	0	0,00
20 Kilos	36	720	97,30
15 Kilos	1	15	2,70
Total:	37	735	100

GRÁFICO Nº. 11



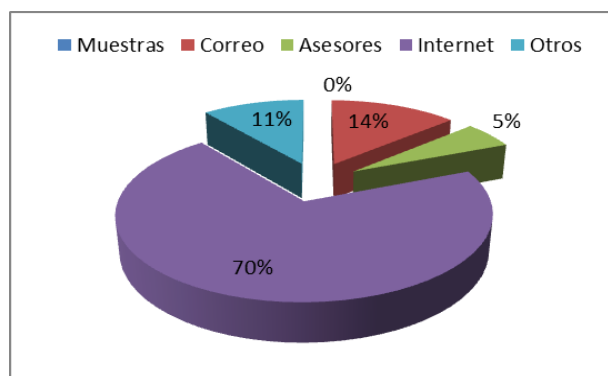
Análisis.- Existe un 97% de encuestados en posibilidad de adquirir 20 Kg de producto y que representan la mayoría de restaurantes. El 3% restante dijeron que se abastecerían de unos 15 Kg de forma mensual dando un total de 735 Kilos.

12. ¿Cuál es el medio por el cual le gustaría recibir información sobre el producto que adquiere?

TABLA Nº. 12

Variable	f	%
Internet	26	70,27
Correo	5	13,51
Muestras	4	10,81
Asesores	2	5,41
Otros	0	0,00
Total:	37	100

GRÁFICO Nº. 12



Análisis.- El 70% de encuestados está de acuerdo en recibir información relacionada con el producto, mediante internet y un 14% por Correo Courier, gracias a que es posible intercambiar información con mayor facilidad para la realización de pedidos y cierre de negociaciones. El 11% está de acuerdo en recibir muestras y un 5% no tiene un medio específico de preferencia.

3.7.3 Análisis Situacional, EE.UU.

3.7.3.1 Factores Socioeconómicos.

TABLA N°. 7 FACTORES SOCIO, ECONÓMICOS, EE.UU.

INDICADOR	ÍNDICE	FECHA
País:	Estados Unidos	-
Capital:	Washington, DC.	-
Idioma:	Inglés.	-
Moneda Oficial:	Dólar (USD)	-
Principales Ciudades:	Nueva York, Los Angeles, Chicago, Miami, Washington D.C	-
Producto Interno Bruto (PIB):	USD 17,46 billones (=10 ¹²)	Est. 2014
PIB per Cápita:	USD. 54,800	Est. 2014
Tasa de Crecimiento Real del PIB (anual):	2,4%	Est. 2014
Composición del PIB por sectores:	Agricultura:1,60% Industria: 20,70% Servicios: 77,70%	Est. 2014 Est. 2014 Est. 2014
Riesgo País:	118 puntos	Enero 2015
Índice de precios al consumidor, IPC:	2,127%	Dic. 2014
Tasa pasiva de interés anual:	3%	Junio 2014
Población Total:	318.892.103	Est. 2014
Población Total (Nueva York):	8.337 millones	Est. 2013
Población Latinos (Nueva York):	2.336.076	Est. 2013
Población Total (Inmigrantes de Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia):	746.705	Est. 2014
Tasa de Crecimiento de la Población Anual:	0,77%	Est. 2014
Salario Mínimo Vital (\$/hora):	USD 10,10	Est. 2014
Ingreso Familiar Mensual:	USD 1.700	Est. 2014
Tasa de Desempleo:	6,20%	Junio 2014
Tasa de Inflación:	2%	2014

Fuente: CIA, 2015.

Estados Unidos, constituye la primera economía más grande del mundo, primer mayor importador y segundo mejor exportador a nivel mundial.

Su capital es la ciudad de Washington DC, cuyo idioma predominante es el Inglés Americano y la moneda oficial es el Dólar de los Estados Unidos de América.

Entre las principales ciudades del país en materia económica y de importancia industrial son: Nueva York, Los Ángeles, Chicago y Miami y son sede de importantes empresas y dependencias de todo el mundo.

La economía de Estados Unidos es muy fuerte y dinámica en relación a la de otros países, prácticamente este país es el eje fundamental en las decisiones

globales. La composición del PIB está distribuida de la siguiente forma: Agricultura (1,6%), Industria (20,7%) y los Servicios (77,7%). (CIA, 2015).

El Riesgo País está ubicado en 118 puntos, siendo aceptable para una economía estable como la norteamericana donde se puede mantener la confianza de un inversionista decidido a realizar negociaciones y a constituir nuevas empresas; sin poner en peligro el capital de inversión.

Su población está constituida en gran parte por la presencia de emigrantes provenientes de todo el mundo, entre ellos los latinos que son la primera gran minoría residente debido al crecimiento constante. Este grupo ha ayudado a dinamizar la economía del país incluso en tiempo de crisis y recesión.

El salario en Estados Unidos está dado en función del número de horas trabajadas desde los USD 10,10 por hora y USD 1.700 mensuales aproximadamente, para el sector inmigrante.

3.7.3.2 Factores Políticos.

Los Estados Unidos están presentes en prácticamente todas las organizaciones internacionales de carácter multilateral. El país es además sede de un gran número de estas organizaciones entre las que cabe destacar las Naciones Unidas, (ONU) en Nueva York, el Fondo Monetario Internacional, (FMI), el Banco Mundial, (BM) el Banco Interamericano de Desarrollo, (BID) y la Organización de Estados Americanos, (OEA) cuyas sedes se encuentran en Washington, DC. (PROECUADOR, 2011, p. 8).

Estados Unidos es un país que mantiene un gran número de acuerdos y convenios internacionales con la gran mayoría de países del mundo. Su economía está basada en la importación de bienes y productos primarios para su industrialización y consumo local.

Es especialista en la producción y exportación de manufacturas para las diferentes industrias como: automotriz, telecomunicaciones, software, tecnología, entre otras.

3.7.3.3 Factores Legales:

3.7.3.3.1 Barreras Arancelarias.

En el análisis del Entorno Legal de Estados Unidos se debe tomar en consideración lo que expresa la normativa internacional, requisitos y procedimientos exigidos para el ingreso de productos desde terceros países con quienes mantiene convenios y acuerdos comerciales.

Ecuador gozaba de preferencias comerciales por acuerdos en materia de cooperación por la lucha y erradicación de drogas, ATPDEA al cual renunció de forma unánime:

TABLA N°. 8 RÉGIMEN LIBERATORIO DE LA PARTIDA 0208.90.91 (ESTADOS UNIDOS-ECUADOR).

FRACCIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CONVENIO	IMPUESTO GENERAL	% LIBERACIÓN
0208.90.91.00	Las demás carnes y despojos no expresado ni comprendido en ninguna otra parte, frescos, refrigerados o congelados.	ATPDEA (Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de Drogas.	6,4%	100%

Fuente: usitc.gov, 2014.

“La ruptura de estos acuerdos comerciales se produce en medio de una escalada de tensión entre ambos países a cuenta del caso Snowden. “El Gobierno de Ecuador no va a aceptar amenazas de nadie”. (...), ha asegurado Alvarado. Aunque el gobierno de Ecuador sostiene que EE UU está utilizando los tratados con este país para influir en la decisión de otorgar asilo al ex analista estadounidense, el hecho es que el Congreso de este país parecía decidido a no renovar unos acuerdos que expiran el próximo 31 de julio” (...). (El País, 27/06/2013).

El Estado se ha comprometido a compensar a los empresarios ecuatorianos el pago de los tributos de los productos que ingresen a Estados Unidos por un valor de 23 millones de dólares, que es lo que costarían las preferencias arancelarias, mediante Certificados de Abono Tributario. (El Ciudadano, 2014).

El Ecuador como miembro activo de la OMC, bajo el principio de la NMF puede acceder a un mejor tratamiento en las negociaciones internacionales, especialmente en las exportaciones no tradicionales consideradas sustento de la economía nacional.

La reciente negociación de un acuerdo con la Unión Europea se concretó en el mes de Julio, cuyo fin es mejorar el intercambio comercial y la diversificación de productos no tradicionales en los mercados internacionales. (El Universo, 17/07/2014).

3.7.3.3.2 Barreras No Arancelarias:

Son aquellos requisitos impuestos por el país de destino para garantizar las condiciones físicas y sanitarias de los productos que ingresan a Estados Unidos. Son de absoluta obligatoriedad para los países como Ecuador que desean exportar hacia ese mercado. (sice.oas.org, 2014).

3.7.3.3.2.1 Requisitos Generales de Etiquetado.

La Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos y la Ley de Empaque y Etiquetado emitidas por la FDA, disponen que la carne de cuy y todo producto alimenticio de consumo humano previo a su ingreso a Estados Unidos, deban estar correctamente etiquetadas y empaquetados.

La FDA establece los siguientes requisitos sanitarios y de calidad que se deben detallar en las etiquetas:

- Los Certificados Sanitario y Zoosanitario del país de origen (AGROCALIDAD) y de destino (FDA).
- Previo ingreso de la carne de cuy los médicos veterinarios del Animal and Plant Health Inspection Service, (APHIS), se encargan del control y verificación sanitaria del producto.

Cada etiqueta debe contener información básica y relevante como:

- Enunciado e identificación del producto y el nombre común.
- Peso Neto.
- Información nutricional.
- Código de barras.
- Numero de Autorización Sanitaria.
- Nombre y dirección del fabricante, productor o exportador e importador.
- País de procedencia/destino.

- Fecha de producción y de caducidad.
- Instrucciones de almacenamiento.
- Precio de venta.
- Números telefónicos y correo electrónico.

3.7.3.3.2 Requisitos Sanitarios y de Calidad.

El ingreso de animales y sus derivados requiere la inspección previa de una autoridad competente. El Departamento de Agricultura de Estados Unidos, (USDA) se encarga de certificar la calidad de los productos, por disposición de la Food and Drug Administration, (FDA):

“Las importaciones comerciales de carne y sus derivados de vacas, cerdos, cabras y caballos están sujetos a las regulaciones del Departamento de Agricultura, (USDA) y por lo tanto deben ser inspeccionados por veterinarios del Animal and Plant Health Inspection Service, (APHIS) antes de su entrada”. (PROECUADOR, 2013, p. 26).

En el Hazard Analysis and Critical Control Points, (HACCP) se realizan análisis biológicos, físicos y químicos a la entrada de productos de consumo a Estados Unidos. Este sistema es obligatorio para quienes importan carnes rojas y productos del mar. (PROECUADOR, 2013).

En Ecuador los organismos de control sanitario son la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, (AGROCALIDAD), la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, (ARCSA) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública, (INSPI).

“(...) la creación de la Agencia Nacional de Regulación, de Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA, tiene entre sus principales funciones la emisión del registro sanitario, permisos de funcionamiento, control pos registro y la homologación de los mismos. Esto representa un gran avance, puesto que permite que los registros sanitarios internacionales puedan aplicarse en el país, siendo un ahorro de tiempo y recursos”. (MSP, 2013, p. 2)

Para la exportación de la carne del cuy, se debe contar con el Certificado Zoonosanitario en AGROCALIDAD, que es el documento que asegura las condiciones sanitarias y de consumo del producto en el país de origen y de destino.

Por cada embarque de carne de cuy envasada al vacío, AGROCALIDAD previo a la inspección de las instalaciones físicas de la planta o almacén,

emitirá un pre-certificado que se debe canjear por el Certificado Zoosanitario definitivo en puertos, aeropuertos y puestos fronterizos. (ESPE, 2013).

3.7.3.3.2.3 Ley de Bioterrorismo de Estados Unidos.

Tras los acontecimientos del 11 de septiembre del 2001, el Gobierno de los Estados Unidos promulgó la Ley contra el Bioterrorismo el 12 de diciembre del 2003. Su cumplimiento y control está a cargo de la Administración de Alimentos y Medicamentos, (FDA) y de las aduanas de ese país, con el fin de prevenir el ingreso de productos que podrían estar contaminados. (FDA, 2014).

3.7.3.4 Factores Geográficos:

El Perfil Geográfico puede usarse como una técnica de análisis de la actividad espacial para la investigación de nuevos mercados.

Esta técnica ha dotado a los investigadores de un perfil de localización del cliente para atender sus necesidades con rapidez. Ha permitido establecer rutas más idóneas en las operaciones de comercio exterior y planes logísticos eficientes. (CIA, 2014).

“Los Estados Unidos de América son el cuarto país más grande del mundo en extensión, contando con una superficie de 9.631.418 km² (de los cuales el 47% son superficie agraria y el 29% terreno forestal) y una extensión de 4,500 Km. de este a oeste y 2.575 Km. de norte a sur. La superficie continental de los Estados Unidos limita al norte con Canadá, al sur con México, al este con el Océano Atlántico y el Mar Caribe, y al oeste con el Océano Pacífico”. (PROECUADOR, 2011, p. 5).

3.7.3.4.1 Límites Geográficos.

Estados Unidos se encuentra localizado en América del Norte y es uno de los países más grandes del mundo. Sus límites son: al norte con Canadá y el océano Glaciar Ártico (Alaska); al sur con México; mientras que al este con el océano Atlántico; y al oeste con el océano Pacífico. (CIA, 2013).

3.7.3.4.2 Sistema de Transporte.

Estados Unidos posee modernos y sofisticados aeropuertos, carreteras, vías fluviales y líneas férreas que cubren completamente el territorio. El sistema de

transporte es la principal carta de presentación para el comercio internacional. (CIA, 2014).

TABLA N°. 9 SISTEMA DE TRANSPORTE.

AEROPUERTOS	TOTAL	AÑO	
Aeropuertos con pista de aterrizaje pavimentada:	Más de 3,047m: 189	2014	
	Entre 2,438 a 3,047m:		235
	Entre 1,524 a 2,437m:		1.478
	Entre 914 a 1,523m:		2.249
	Bajo 914 m:		903
	Total:		5.054
Aeropuertos con pistas de aterrizaje sin pavimentar:	Más de 3,047m: 1	2014	
	Entre 2,438 a 3,047m:		6
	Entre 1,524 a 2,437m:		140
	Entre 914 a 1,523m:		1.552
	Bajo 914 m:		6.760
	Total:		8.459
Helipuertos:	5.287	2014	
Ferrocarriles:	Ancho de vía estándar: 224.792 kilómetros de 1.435 m.	2014	
Las vías de acceso:	Pavimentada: 4.304.715 kilómetros (incluye 76.334 kilómetros de autopistas).	2014	
	Sin pavimentar: 2.281.895 kilómetros.		
Vías fluviales:	41.009 kilómetros.	2014	

Fuente: CIA, 2014.

3.7.3.4.3 Terminales Aéreas.

Estados Unidos tiene los aeropuertos y helipuertos más modernos del mundo, los cuales permiten transportar personas y mercancías a todo el territorio; dinamizando la cadena productiva de las operaciones de comercio nacional e internacional. (CIA, 2013).

TABLA N°. 10 SISTEMA AÉREO DE TRANSPORTE.

TERMINAL AÉREA	LOCALIZACIÓN	ESTADO
Aeropuerto Internacional "John F. Kennedy".	Nueva York.	Nueva York.
Aeropuerto Internacional de los Ángeles.	Los Ángeles.	California.
Aeropuerto Internacional de Miami.	Miami.	Florida.
Aeropuerto Internacional de Chicago O'Hare.	Chicago.	Illinois.
Aeropuerto Internacional de Newark.	Newark.	Nueva Jersey.
Aeropuerto Internacional de Hartsfield-Jackson.	Atlanta.	Georgia.
Aeropuerto Internacional de San Francisco.	San Francisco.	California.
Aeropuerto Intercontinental George Bush.	Houston.	Texas.
Aeropuerto Internacional de Dallas-Fort Worth.	Dallas.	Texas.
Aeropuerto Internacional de Memphis.	Memphis.	Tennessee.









Fuente: PROECUADOR, 2013.

Para transportar el producto se empleará el transporte aéreo, porque se trata de un producto que debe manejarse con prontitud para garantizar su estado fresco y natural. De acuerdo a la distancia existente entre los consumidores y proveedores, la carne del cuy debe estar refrigerada y empacada al vacío para su internacionalización por el aeropuerto “John F. Kennedy” de la ciudad de Nueva York.

3.7.3.4.4 Sistema Estatal de Carreteras.

A lo largo y ancho de Estados Unidos, el Sistema vial está compuesto por autopistas interestatales, carreteras federales y carreteras locales que unen las diferentes ciudades y estados para la transportación interna de personas. De la misma manera dinamizan la Distribución Física Internacional, (DFI) de mercancías que ingresan y salen desde puertos, aeropuertos y terminales de carga.

TABLA N°. 11 SISTEMA ESTATAL DE CARRETERAS.

NOMBRE	MATRÍCULA TIPO	IMAGEN	CARACTERÍSTICAS
Autopistas Interestatales:			<p>Construidas y financiadas por el gobierno federal, son costeadas y mantenidas por los estados.</p> <p>Tienen unos criterios muy estrictos, en lo que se refiere a geometría, pasos a distinto nivel y protecciones.</p>
Carretera Federal:			<p>Red federal con jurisdicción y dependencia estatal.</p> <p>Calzada única o doble, incluso incluye travesías. Las de nueva construcción deben cumplir criterios mínimos.</p>
Carretera Local:			<p>Cada condado es independiente para crear sus propias vías y carreteras.</p>
Nueva York State Route 15:			<p>Este tipo de carreteras permite interconectar entre ciudades del mismo estado, hasta llegar a Nueva York City.</p>

Fuente: drivesteady.com, 2014.

Para la introducción de la carne del cuy, se debe utilizar la Ruta “Nueva York State Route 15”, que es más dinámica y une a las principales ciudades del Estado de Nueva York con el Aeropuerto Internacional.

3.7.3.5 Factores Tecnológicos.

El uso de la tecnología en la crianza del cuy y la comercialización de su carne, garantiza al consumidor la calidad del producto que está adquiriendo. El productor también resulta beneficiado, porque puede llevar adecuadamente el registro e inventario de los costos y gastos de la actividad productiva.

La implementación de este recurso permitirá acelerar la producción con la maquinaria necesaria y diseñar adecuadamente envases, empaques y

embalajes para el transporte del producto, según las necesidades del cliente final.

3.7.3.6 Análisis POAM.

TABLA N°. 12 ANÁLISIS POAM.

FACTORES SOCIO, ECONOMICOS	OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Acuerdos de Libre Comercio	Bajo	1	-	-
Inestabilidad del sector	-	-	Bajo	1
Incentivos Gubernamentales	Alto	3	-	-
Tasa de Interés	-	-	Bajo	1
Problemática Fiscal	-	-	Bajo	1
Inflación	-	-	Bajo	1
Competencia Global Desigual	-	-	Medio	2
Dependencias del Costo del Petróleo	-	-	Bajo	1
	SUMA	4	SUMA	7
	PROMEDIO	2	PROMEDIO	1,2
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Clima Político del País	-	-	Alto	3
Coordinación entre lo Económico y lo Social	Alto	3	-	-
Política de Estímulo a las PYMES	Alto	3	-	-
	SUMA	6	SUMA	3
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	3
FACTORES SOCIALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Desempleo	-	-	Alto	3
Desplazamiento	-	-	Medio	2
Sistema educativo y Nivel de educación	Alto	3	-	-
	SUMA	3	SUMA	5
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	2,5
FACTORES TECNOLÓGICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Infraestructura Física	Alto	3	-	-
Recursos Tecnológicos	Alto	3	-	-
Procesos Tecnificados	Alto	3	-	-
Distribución Inteligente	Alto	3	-	-
	SUMA	12	SUMA	0
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0
FACTORES GEOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Transportes aéreos y terrestres	Alto	3	-	-
Calidad de las vías	Alto	3	-	-
	SUMA	6	SUMA	0
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
Factores Económicos:	2		1	
Factores Políticos:	3		3	
Factores Sociales:	3		3	
Factores Tecnológicos:	3		0	
Factores Geográficos:	3		0	
Suma:	14		7	
Promedio:	2,8		1,4	

El POAM muestra las oportunidades y amenazas que tiene el proyecto en base a los factores Económicos, Políticos, Sociales, Tecnológicos y Geográficos de Estados Unidos. Debido a la ausencia de un acuerdo que ampare el libre ingreso del producto en la actualidad, han significado el análisis de cada uno de ellos.

Análisis de Factores:

- Económico.- Estados Unidos es la primera economía mundial y uno de los principales socios comerciales de productos No Tradicionales de Ecuador con el 23,45% de participación. (PROECUADOR, 2014).
- Político.- Existe clima de tensión entre ambos gobiernos por múltiples desacuerdos bilaterales, entre ellos por la no renovación del ATPDEA.
- Social.- Es favorable gracias a la alta concentración de ciudadanos ecuatorianos que se encuentran residiendo y estudiando.
- Tecnológico.- Es indispensable para el desarrollo de las naciones;
- Geográfico.- No es un impedimento gracias a los importantes avances en la Distribución Física Internacional de mercancías.
- Ambas naciones continúan desarrollando intercambio comercial, porque la relación de dependencia entre países, hace que demanden de productos que normalmente no se producen y tratar de hacerlo resultaría más costoso.

3.7.4 Análisis Mercado Producto, EE.UU.

3.7.4.1 Posición Arancelaria del producto.

El Harmonized Tariff Schedule of United States, (2014) especifica que la carne del cuy está ubicada en la partida arancelaria 0208.90.91 y que para su ingreso debe pagar las correspondientes Tarifas Arancelarias, para países con quienes Estados Unidos, no mantiene acuerdos y convenios comerciales:

TABLA N°. 13 POSICIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO.

POSICIÓN ARANCELARIA	STAT. SUFFIX	DESCRIPCIÓN	UNIDAD O CANTIDAD	RATES OF DUTY		
				1		2
				GENERAL	ESPECIAL	
0208.90.91	00	Carne y despojos comestibles, frescos o congelados.	Kg.	6,4%	Libre	

Fuente: Harmonized Tariff Schedule of US, 2014.

3.7.4.2 Balanza Comercial de Estados Unidos.

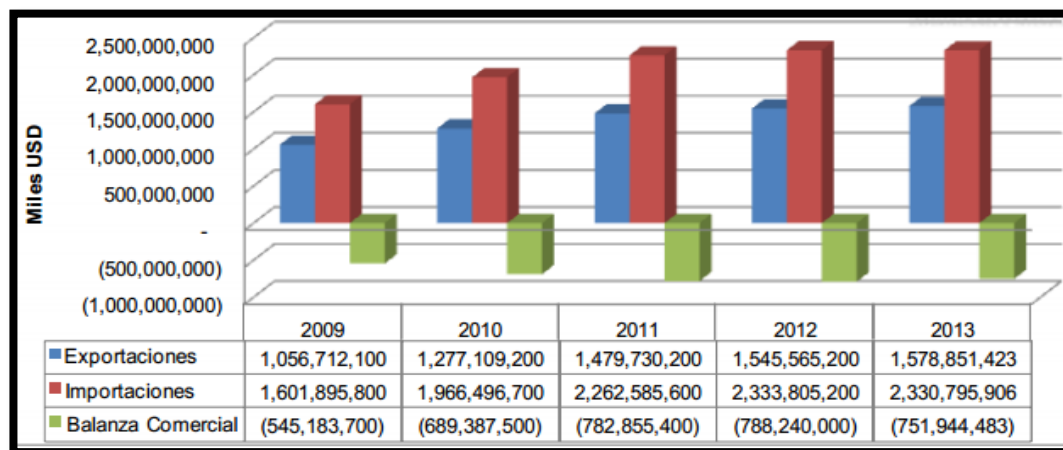
La Balanza Comercial se define como la diferencia que existe entre el total de las exportaciones menos el total de las importaciones que se llevan a cabo en un país.

Esta diferencia existente entre importaciones y exportaciones, podría ser positiva (lo que se conoce como un superávit comercial) o negativa (lo que se conoce como un déficit comercial) en un momento dado.

La Balanza Comercial de Estados Unidos con relación a los demás países del mundo es deficitaria, debido a que se trata de un importador de recursos hidrocarburíficos, productos agrícolas, alimenticios y acuícolas para industrializarlos y aprovecharlos internamente. (PROECUADOR, 2014).

Las principales exportaciones de Estados Unidos son: Tecnología, Vehículos, Maquinaria, Telefonía, entre otros.

GRÁFICO N° 1 BALANZA COMERCIAL TOTAL ESTADOS UNIDOS-MUNDO



Fuente: PROECUADOR, 2014.

3.7.4.3 Perfil del Consumidor:

Es importante analizar al consumidor Latino, porque se convierte en el principal demandante de la carne de cuy en la ciudad de Nueva York. “Se estima que este grupo llegará a representar el 25% de la población de los EE.UU para el año 2050 lo que equivale a 102,6 millones de personas”. (US Census Bureau, 2010).

La carne de cuy es consumida en fechas y ocasiones especiales como platillo típico. En los Estados Unidos no es la excepción y siempre la degustan en reuniones entre familiares y amigos, como una manera de sentirse cerca de casa.

“La población latina tiene una identificación muy fuerte con sus alimentos. Para ellos son más que comida, son una característica y una parte integrante que identifica su cultura. Las familias latinas son más propensas a preparar comidas caseras para compartirlas con familiares y amigos antes de salir a cenar”. (PROCHILE, 2011).

El consumidor latino tiene una tendencia elevada por los alimentos propios de sus países de origen, pese a que la comida de los restaurantes es mucho más costosa que la preparada en casa, no escatiman en gastos cuando la ocasión lo amerita.

3.7.4.3.1 Ingresos.

El ingreso medio-bajo de la familia migrante, según la Oficina del Censo de Estados Unidos es de USD 34.339 anual.

El 45% de los hogares ricos con ingresos superiores a USD 99.000, se concentran en la ciudad de Nueva York, Los Ángeles y Miami. Chicago tiene el mayor porcentaje de hispanos en el grupo de medianos ingresos entre USD 35.000 y USD 99.000. (PROCHILE, 2011, p. 7).

3.7.4.3.2 Gastos.

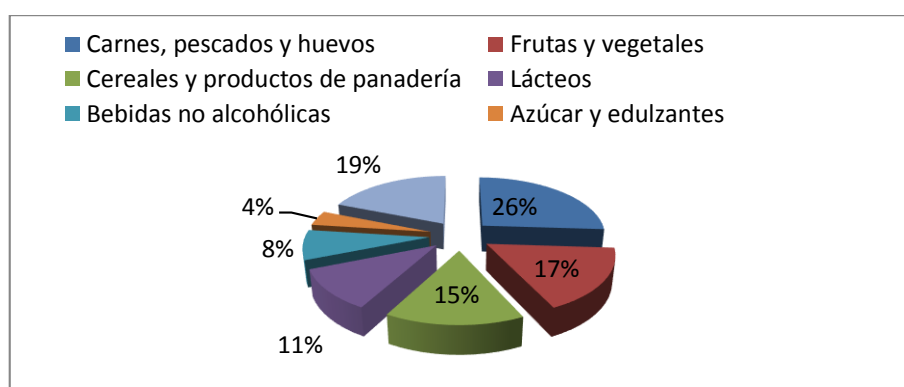
Las categorías en las que más gastan los latinos sus ingresos son: abarrotes, alimentos frescos, vestuario, vivienda, calzado, servicios telefónicos inalámbricos, muebles y electrodomésticos.

Los hogares de los latinos residentes en Estados Unidos, se conforman por una mayor cantidad de personas a diferencia de otros grupos inmigrantes. Ellos prefieren consumir alimentos de preparación fácil y rápida con alto valor proteínico, debido a su acelerado ritmo de vida.

Los hogares latinos gastan la mayor parte de los ingresos en alimentos (USD 128,50 por semana), comparado con los USD 91,0 para los no latinos.

Entre ellos se destacan los siguientes:

GRÁFICO N° 2 PRINCIPALES ALIMENTOS DE CONSUMO.



Fuente: US Department of Labor, 2014.

3.7.4.3.3 Consumo de alimentos tradicionales.

El consumo de alimentos tradicionales por parte de los inmigrantes está dado por la escasa variedad alimenticia en los restaurantes de Estados Unidos. Este fenómeno ha provocado que la población establezca mayores centros de expendio de comidas típicas de países latinos.

Según El Latino, (2013): “La influencia de la comida latina es cada vez más evidente en la industria de los restaurantes de Estados Unidos, donde la mayoría de locales tradicionales no latinos, ya están incorporando productos y especialidades latinas en sus menús”. (p. 16).

El 15% de latinos consume un promedio de USD 55 mil millones en comidas y bebidas en restaurantes del mismo tipo, cuya demanda crece 3,5 veces más rápido que cualquier otro grupo de establecimientos. (El Latino, 2013).

Los inmigrantes acuden 5,3 veces a restaurantes en promedio a la semana, evidenciando una tendencia elevada, de preferencia por las comidas típicas propias de los países de origen. (PROCHILE, 2013).

3.7.4.3.4 Consumo de la carne de cuy en Estados Unidos.

Por su alto aporte en proteínas y bajo contenido en grasa, la carne de cuy es la predilecta en celebraciones, reuniones y acontecimientos especiales, principalmente en la región andina donde su consumo es tradicional.

Tal inclinación también es evidenciada en aquellos países como Estados Unidos donde existe gran concentración de latinos radicados, quienes conservan sus costumbres y tradiciones. (PROECUADOR, 2013).

El poder adquisitivo del consumidor latino ha evolucionado positivamente y está determinado principalmente por los ingresos percibidos. Pese a las graves crisis económicas sufridas en Estados Unidos, los consumidores continúan destinando la mayor parte de sus ingresos a la adquisición de alimentos frescos provenientes de sus países de origen.

3.7.4.4 El Producto:

El cuy por su rápida reproducción y por su crianza económica, ofrece las mejores condiciones para mejorar el estándar de vida de los productores mediante su comercialización. (Véase el Anexo N°. 07). El producto que se desea presentar al mercado meta consiste en carne de cuy empacada al vacío despresada o entera, dependiendo de la preferencia del consumidor.

TABLA N°. 14 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO.

Imagen:	
Nombre del Producto:	Cavia Porcellus: Conejillo de Indias, Cobayo, cobaya, acure, curí, cuilo, cuís, cuyo o cuy.
Nombre Comercial del Producto:	Carne de cuy envasada al vacío.
Partida Arancelaria (Regional):	0208.90.00.00
Tarifa Arancelaria:	6,4% País de destino.
Nombre del país Exportador:	Ecuador.
Información Nutricional:	<ul style="list-style-type: none"> • Proteína 20,3%, • Grasa 7,8% y • Minerales 0,8% • Carbohidrato 0,5% • Humedad 70,6%
Lista de Ingredientes:	Carne de cuy.
Presentación:	Empacado al vacío.
Autorización Sanitaria:	NTE INEN 1336-15-ARCSA
Fecha de Elaboración:	Marzo del 2015.
Fecha de Caducidad:	Marzo del 2016.
Dirección del Exportador:	Bolívar, Carchi, Ecuador.
Contenido Neto:	1 Kilogramo.

3.7.4.4.1 Demanda de carne de cuy en Estados Unidos.

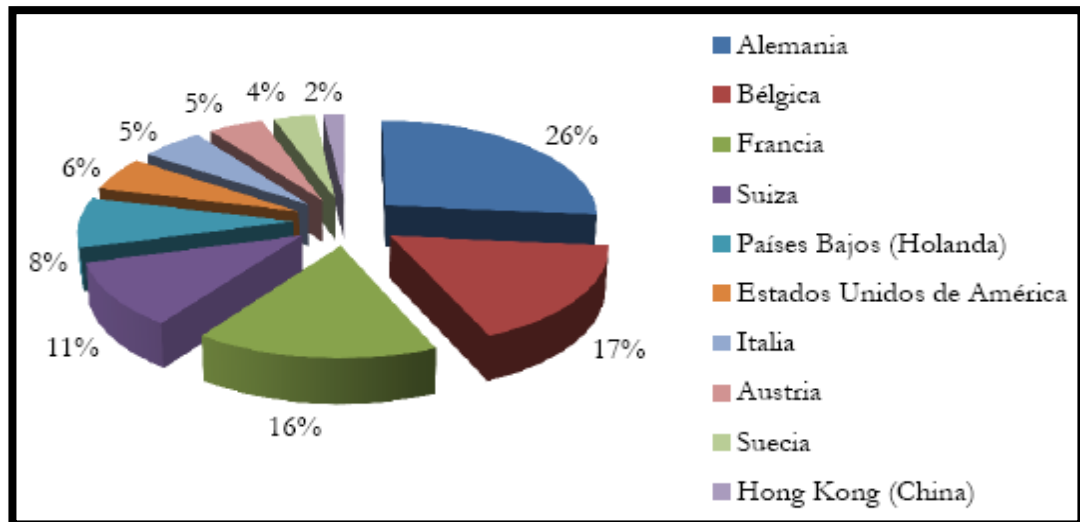
Estados Unidos aparece dentro de los primeros países demandantes a nivel mundial de carne de cuy correspondiente a la partida 0208.90, según estudios de PROECUADOR y del Banco Central del Ecuador:

TABLA N°. 15 PRINCIPALES PAÍSES CONSUMIDORES DE LAS DEMÁS CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES EXPRESADO EN MILES DE DOLARES (2009-2013).

Importadores	Valor Importado en 2009	Valor Importado en 2010	Valor Importado en 2011	Valor Importado en 2012	Valor Importado en 2013	Total valor Importado 2009-2013
Alemania	122.414	155.317	182.723	133.164	145.631	739.249
Bélgica	73.568	92.809	118.976	99.430	87.800	472.583
Francia	67.933	92.575	106.414	93.176	94.244	454.342
Suiza	46.829	59.410	78.062	53.735	64.051	302.087
Holanda	26.258	44.401	52.390	37.515	71.930	232.494
E.U.A	18.959	34.595	33.831	34.381	35.350	157.116
Italia	21.335	30.122	38.499	31.145	28.936	150.037
Australia	24.268	23.663	30.864	23.861	27.345	130.001
Suecia	16.809	21.567	26.067	15.971	18.357	98.771
China (Hong Kong)	6.392	6.005	6.491	7.256	22.300	48.444

Fuente: Trade Map, 2014.
Elaborado por: PROECUADOR.

GRÁFICO N° 3 PRINCIPALES 10 PAÍSES DEMANDANTES DE CUY A NIVEL MUNDIAL 2009-2013.



Fuente: Trade Map, 2014.
Elaborado por: PROECUADOR.

La información presentada evidencia el incremento de la demanda en Estados Unidos, lo cual es favorable para efectos del proyecto; a su vez demuestra la necesidad de fortalecer la industria de la crianza del cuy en el Ecuador para incrementar y potencializar la exportación del producto.

Gracias a la presencia de latinos inmigrantes y a su demanda de carne de cuy, han conseguido que Estados Unidos se ubique entre los primeros consumidores del producto debido a su sabor y bajo contenido de grasa.

3.7.4.4.2 Precio Referencial.

El precio referencial del cuy vivo en el mercado interno es USD 6; una vez pelado y eviscerado adquiere un costo de USD 8 el de 1 Kg. Para la proyección de los precios se utilizó la tasa de inflación anual de Ecuador que es del 3,76%. (BCE, Marzo del 2015).

TABLA N°. 16 PRECIO DEL CUY EN EL MERCADO LOCAL.

PRODUCTO	PROYECCIÓN USD:					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carne de cuy eviscerado:	8,00	8,30	8,62	8,94	9,27	9,62

Fuente: Productores del Cantón Bolívar, 2015.

Como referencia se ha tomado el precio del cuy peruano envasado al vacío, cuyo precio en el mercado internacional es de USD 16, según datos de (RMR, 2015).

El precio del cuy envasado al vacío en el mercado internacional se ha proyectado en base al Índice de Precios al Consumidor de Perú que es del 3,20%, cifra obtenida del Instituto Nacional de Estadística e Informática, (INEI, 2015):

TABLA N°. 17 PRECIO DE LA CARNE DE CUY EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

PRODUCTO	PROYECCIÓN USD:					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carne de cuy envasado al vacío:	16,00	16,51	17,04	17,58	18,14	18,72

Fuente: rmr-peru.com, 2014.

3.7.4.4.3 Competencia Internacional.

Según estudios de Trade Map: El comercio mundial de carne de cuy tiene como primer proveedor de carne y despojos comestibles a China, cuya producción se encarga de satisfacer la demanda de países Asiáticos y de Estados Unidos de América. (2014).

TABLA N°. 18

TABLA N°. 18 PRINCIPALES 10 PAÍSES PROVEEDORES DE LAS DEMÁS CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, SEGÚN VALOR TOTAL IMPORTADO (2009-2013).

Exportadores	VALORES EXPRESADOS EN MILES (USD)						Tasa de crecimiento promedio anual (TCPA)
	Valor importado en 2009	Valor importado en 2010	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013	Valor importado en 2009-2013	
China	15.956	13.393	17.310	18.751	23.094	88.504	9.68%
Nueva Zelandia	11.002	13.273	10.002	10.824	12.892	57.993	-
Canadá	5.264	5.613	5.351	4.510	4.699	25.437	-
Australia	1.521	895	1.284	756	987	5.443	-
Vietnam	502	359	131	103	360	1.455	-
Taipei Chino	84	75	98	194	101	552	-
Reino Unido	65	54	63	74	59	315	-
China (HK)	5	90	81	71	45	292	73.21%
Tailandia	27	58	62	60	62	269	23.10%
Dinamarca	-	-	-	-	2	2	-

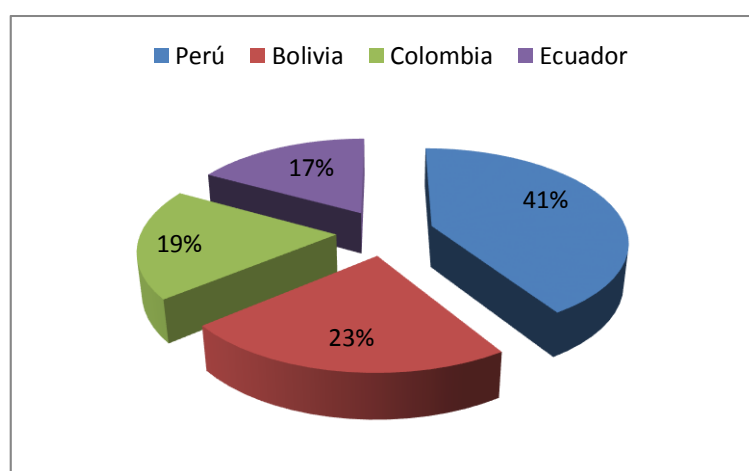
Fuente: Trade Map, 2014.

Elaborado por: PROECUADOR.

El productor del Cantón Bolívar trata de satisfacer una parte del mercado latino inmigrante en Nueva York, Estados Unidos junto con los principales restaurantes de comida típica ecuatoriana; lo que permitirá difundir el producto nacional, incrementar el ingreso de divisas y promover el consumo de la carne del cuy en el exterior.

El cuy es originario de Sudamérica, cuyos principales productores son Perú y Bolivia, con 13.242 y 5.250 toneladas respectivamente. (FAO, 2013).

GRÁFICO N° 4 PAÍSES PRODUCTORES DE LA CARNE DE CUY EN SUDAMÉRICA.



Fuente: FAO, 2013.

Perú es el primer país productor, consumidor y exportador de carne de cuy debido a sus bajos costos en crianza a gran escala donde el 41% de la cuota del mercado corresponde a este país, el Ecuador por su parte ocupa el cuarto puesto detrás de Bolivia y Colombia con un 17% de participación.

Existe una gran competencia entre productores y exportadores de cuy. Actualmente son los principales proveedores de Estados Unidos.

3.7.5 Análisis Situacional, Ecuador.

“La República del Ecuador está situada en la costa noroccidental de América del Sur, y abarca una extensión de aproximadamente 256.370 Km². Ecuador tiene una población de 15.654.411 habitantes siendo sus principales ciudades: Quito, Guayaquil y Cuenca”. (INEC, 2014).

3.7.5.1 Factores Políticos y Legales.

El Gobierno del Ecuador ha adoptado múltiples mecanismos e instrumentos de democratización de la política productiva que generen la desconcentración de los recursos, facilitando el acceso al financiamiento y a la tecnología para la realización de actividades económicas.

De acuerdo al Art. 57 inciso tercero: “El estado promoverá políticas específicas que erradiquen la discriminación y la desigualdad hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción”. (COPCI, 2010).

Entre las principales políticas adoptadas en el Art. 59 del COPCI están:

- Fomentar y facilitar el acceso a los ciudadanos a la propiedad y transformación de los medios productivos. (Lit. a)
- Apoyar el desarrollo de procesos de innovación en las empresas ecuatorianas y de las MIPYMES, así como de los grupos o unidades productivas organizadas para el desarrollo de nuevos productos, nuevos mercados y nuevos procesos productivos. (Lit. c).
- Incentivar y atraer inversiones que generen desarrollo local y territorial, mayores encadenamientos productivos con equidad, una inserción estratégica en el mercado internacional, empleo de calidad, innovación tecnológica y democratización del capital. (Lit. f).
- Fomentar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientadas a los procesos de producción. (Lit. l).

Se debe lograr la observancia de las leyes y reglamentos, compatibles con los compromisos internacionales, en áreas: aduaneras, de derechos de propiedad intelectual, de defensa de los derechos del consumidor y de control de la calidad o comercialización de productos destinados al comercio internacional. (COPCI, 2010, Art. 78, Lit. h, p. 19).

3.7.5.1.1 Medidas Arancelarias.

Son mecanismos que los organismos de un país establecen al comercio con otros, a fin de proteger la industria nacional, controlar el ingreso de productos

que monopolizan el mercado y la evasión de impuestos, entre ellos están determinados por el COPCI:

- Aranceles Fijos.
- Tarifas Ad-Valorem.
- Contingentes Arancelarios.

3.7.5.1.2 Medias No Arancelarias.

Están orientadas a:

- Evitar escasez de productos alimenticios o de otros esenciales para el país.
- Asegurar el abastecimiento de materias primas a productores nacionales.
- Proteger los recursos no renovables del país.

3.7.5.2 Factores Socioeconómicos:

En el aspecto económico, el [BCE] (2014) destaca que:

- Ecuador en el 2014 creció un 5% más que el periodo anterior, ubicándose en quinto lugar entre los países de Sudamérica y el Caribe, con un PIB de 182 mil millones de dólares.
- La seguridad que brinda Ecuador a los inversionistas extranjeros está medido por el Riesgo País. En agosto del 2014 fue de 417 puntos, mientras que para marzo del 2015 este indicador registró un incremento de 333 puntos ubicándose en 750 puntos, lo que aleja a la inversión extranjera.
- El Ecuador mostró en julio del 2014 un 4,11% de Tasa de Inflación, mientras que para marzo del 2015 este indicador descendió al 3,76%, demostrando que Ecuador mantiene una economía estable en relación a otros países de la región. No obstante el alza de los precios de los productos de la canasta básica familiar, no es cubierto aún por el salario mínimo vital de USD 354.

TABLA N°. 19 FACTORES SOCIOECONÓMICOS DEL ECUADOR.

INDICADOR	ÍNDICE	FECHA
País :	Ecuador	-
Capital :	Quito	-
Idioma:	Español (Oficial) Indígenas (Quechua, Shuar)	-
Producto Interno Bruto (PIB):	182 mil millones USD	Est. 2014
PIB por habitante:	USD. 11.400	Est. 2014
Tasa de Crecimiento del PIB (anual):	4,0%	Est. 2014
Tasa de Inflación Anual:	3,76%	Marzo 2015
Tasa de Interés Activa:	8,09%	Abril 2015
Población Total:	15.654.411	Julio 2014
Tasa de Desempleo:	4,54%	Diciembre 2014
Tasa de Crecimiento Poblacional:	1,37%	Est. 2014
Tasa de Cambio Oficial del PIB:	USD 100,5 mil millones	Est. 2014
Riesgo País:	750 puntos	Abril 2015
Salario Mínimo Vital:	USD 354	Actual 2015.

Fuente: cia.gov, 2014. INEC, 2014. BCE, 2015.

Según datos preliminares del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo [INEC], (2014) la población del Ecuador alcanzó los 15.654.411 habitantes, y se calcula que la densidad demográfica es de 55,8 habitantes por kilómetro cuadrado.

El Ecuador bordea una tasa de crecimiento demográfica anual de 1,37% y se caracteriza por ser un país multiétnico y pluricultural, con presencia de diversas razas y un gran número de grupos indígenas, asentados en las tres regiones del país.

3.7.5.2.1 Balanza Comercial:

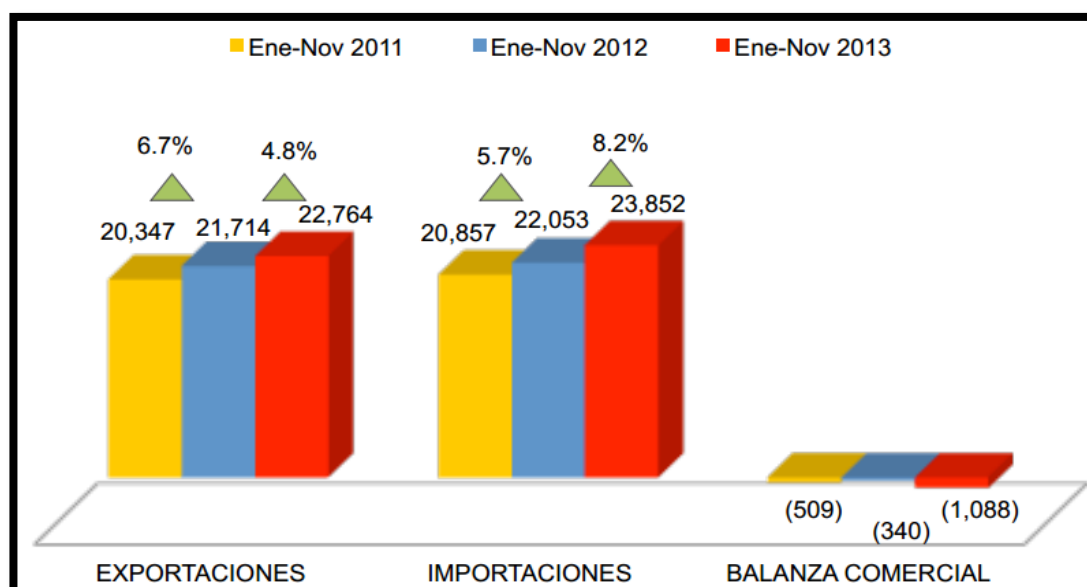
La Balanza Comercial o Balanza de Pagos, registra los valores de las exportaciones e importaciones de un país. Cuando las exportaciones superan a las importaciones se registra un superávit comercial, caso contrario un déficit comercial.

Según PROECUADOR, (2013): “Las exportaciones ecuatorianas crecieron en un 4,8% al comparar el periodo 2012-2013, pero las importaciones crecieron en un 8,2%”. (p. 12).

Esto significa que al cierre del 2013 el Saldo de la Balanza Comercial Total fue deficitaria en USD 1.088 millones, lo que demuestra que se debe continuar mejorando la capacidad de innovación y diversificación de mercados.

Sin embargo, con la puesta en vigencia de la Resolución N°. 050-2014 del COMEX se espera que esta baje aún más, debido a la imposición de las salvaguardias a productos importados (suntuarios) y a productos provenientes de países vecinos como Perú (7%) y Colombia (21%), quienes poseen moneda propia y tienen la facultad de devaluarla.

GRÁFICO N° 5 BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR-MUNDO EN MILES DE DÓLARES

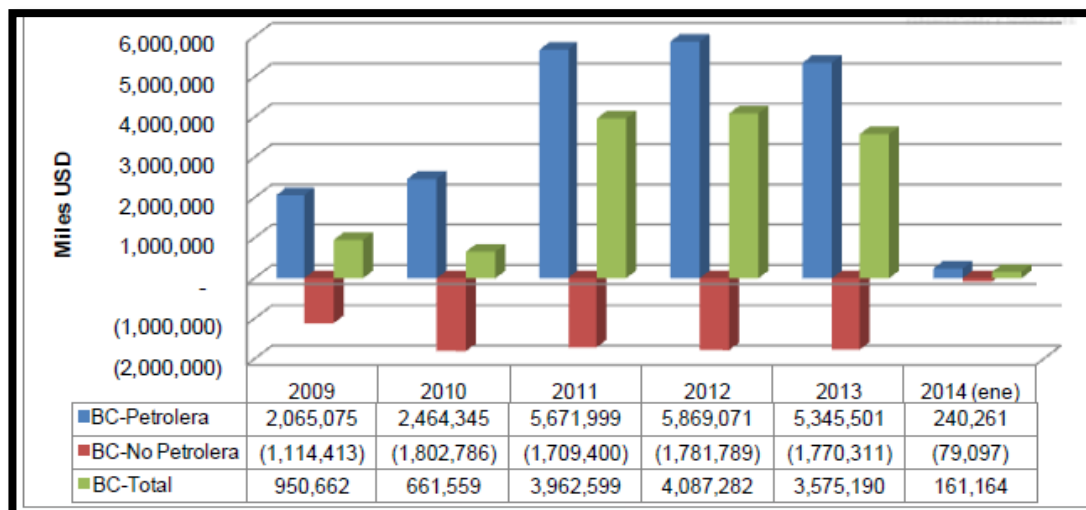


Fuente: Boletín Enero/Febrero. PROECUADOR, 2014.

3.7.5.2.1.1 Balanza Comercial Ecuador-Estados Unidos.

La Balanza Comercial entre Ecuador y Estados Unidos durante todos los años ha sido favorable, dando un saldo positivo que permite compensar el déficit de la Balanza Comercial No Petrolera. Dicho saldo a favor está representado especialmente por las exportaciones de crudo en más del 76,55% del total siendo el principal producto de exportación. El 23,45% restante constituye las exportaciones tradicionales y no tradicionales con valor agregado. (PROECUADOR, 2014).

GRÁFICO N° 6 BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR-ESTADOS UNIDOS



Fuente: PROECUADOR, 2014.

3.7.5.3 Factores Geográficos.

El Ecuador posee una superficie total de 256.370 Km², con un margen costero de 2.237 Km dividido en cinco regiones:

- Costa con una superficie de 67.062 Km² que corresponde al 26% del total de extensión;
- Sierra 64.201 Km², correspondiente al 25%;
- Oriente es la región con mayor extensión 115.613 Km² que representa el 46%;
- Región Insular con una extensión de 8.010 Km²;
- Mar territorial y zonas contiguas con una extensión de 1.484 Km².

El 28,53% del suelo es usado en la agricultura y ganadería. (INEC, 2013).

3.7.6 Análisis Mercado Producto, Ecuador.

3.7.6.1 Posición Arancelaria del Producto.

La carne del cuy como tal no se encuentra especificada en el sistema armonizado, por lo que se ha tomado la partida arancelaria a la que más se acerca las características del producto; para este caso se toma como: "Carne y Despojos Comestibles". (SENAE, 2014).

TABLA N°. 20 POSICIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO.

Partida Arancelaria Sugerida:	0208.90
Sección I:	Animales vivos y productos del reino animal
Capítulo 02:	Carne y despojos comestibles.
PARTIDA SISTEMA ARMONIZADO:	
SubPartida Sist. Armonizado:0208:	Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados.
SubPartida Regional 02089000:	- Los demás.

Fuente: SENA, 2014.

El principal socio comercial del Ecuador es Estados Unidos, por lo que los productos correspondientes a la partida arancelaria 0208.90 incluyendo a la carne del cuy, son exportadas y direccionadas hacia ese destino comercial; gracias a la presencia de inmigrantes latinos que influyen importantemente en el consumo de este tipo de alimentos.

Desde el año 2010 hasta el primer trimestre del año 2014 se exportaron en promedio unas 52,86 toneladas incluido Chile. La difusión de este producto está en expansión, gracias a la aceptación de la carne de cuy en la región andina y en países con presencia de inmigrantes hispanos:

TABLA N°. 21 PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN DEL ECUADOR DE LAS DEMÁS CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES CORRESPONDIENTE A LA SUBPARTIDA 0208.90.

AÑO	TONELADAS	FOB-DÓLAR	PAÍS
2010	15,78	33,87	Estados Unidos
2011	10,53	25,89	Estados Unidos
2012	9,95	42,25	Estados Unidos
	0,65	8,10	Chile
2013	11,99	47,84	Estados Unidos
2014 (enero-abril)	3,98	12,90	Estados Unidos
TOTAL:	52,86	170,85	

Fuente: BCE, 2014.

Los principales productores y exportadores de carne de cuy a nivel nacional, son aquellos que registran operaciones ante el Servicio Nacional de Aduanas, el BCE y otras entidades inmersas en el Comercio Exterior. (Cobus Group, 2014):

TABLA N°. 22 PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNES Y DESPOJOS DEL ECUADOR.

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CIUDAD	ACTIVIDAD
Andrango Guallichico Clara Piedad	El Placer Alto OE11-555 y Ramón de Pacheco	23150115	Quito	Venta al por mayor de otros productos
Berlook S.A.	Km 10 1/2 vía a Daule entre Crotos y Cedros	-	Guayaquil	No registra actividad
Comercial Pesquera Cristiansen S.A.	Cdla. Vernaza Norte Mz.23 SL1	2290071	Guayaquil	Venta al por mayor de otros productos
Exportadora la Serranita Exposerranita Cia. Ltda.	Luis Cordero 2038 y Av. 10 de Agosto	02540146	Quito	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.
Miyaquil	Urbanización Torres del Salado	2871033	Guayaquil	Venta al por mayor de otros productos
Vásquez Ortiz Edgar Guillermo	9 de Octubre S/N y Panamericana	-	Guayaquil	No registra actividad
Vallejo Narváez Nelly Grimaneza	Carrera Los Andes y Mejía	-	(San Gabriel-Carchi)	Venta al por mayor.

Fuente: BCE, 2014. SENAE, 2014.

De acuerdo al último censo realizado por el MAGAP, (2002) como antecedente se conoció que la provincia del Carchi ocupaba el noveno lugar en producción a nivel nacional:

TABLA N°. 23 NÚMERO DE UPA'S EN ECUADOR.

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

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario, 2002.

3.7.7 FODA.

Se desea conocer el estado actual de los productores de cuy en el Cantón Bolívar, para realizar un análisis del sector y tomar decisiones correctas.

3.7.7.1 Análisis FODA.

TABLA N°. 24 MATRIZ F.O.D.A.

INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Producción suficiente de cuyes.• Independencia económica y financiera.• Disponibilidad de incrementar la producción.• Cumplimiento riguroso de pedidos.• Disponibilidad del alimento.• La alimentación de los cuyes, es de forma sana a base de pastizales y yerba.• Amplia trayectoria en la crianza del cuy.	<ul style="list-style-type: none">• Producción artesanal basada en conocimientos empíricos.• Espacios reducidos para la crianza.• Falta de capital para invertir en especies de mejores características reproductivas.• Instalaciones anti técnicas, diseñadas por los mismos productores.• Ningún productor dispone conocimientos técnicos en crianza de cuy, manejo de enfermedades y control financiero.• Baja capacidad de negociación del producto.
EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Creación de fuentes de empleo.• Aumento de ingresos económicos y del nivel de vida de los cuyicultores.• Comercialización de carne en envases adecuados para los mercados nacionales e internacionales.• Crecimiento constante de la demanda en Estados Unidos y en otros países.• Desarrollo de la industria en el Carchi y Ecuador.	<ul style="list-style-type: none">• Competencia desleal.• Condiciones climáticas adversas.• Inestabilidad política y económica.• Falta de interés en el cliente por el consumo de la carne de cuy.• Competencia en el mercado internacional.• Enfermedades propias de los animales.• Contaminación ambiental.

3.7.7.2 Fuerzas de Porter:

Porter, M. (2010) considera que existen cinco fuerzas en el mercado que determinan la permanencia de una empresa y que ayudan a determinar los elementos que impactan en la rentabilidad de cada una de ellas.

3.7.7.2.1 Clientes.

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los principales protagonistas y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Para llegar al mercado de Estados Unidos se trabajará conjuntamente con los restaurantes de inmigrantes residentes en la ciudad de Nueva York, para cubrir una parte de la demanda del consumidor final:

TABLA N°. 25 CADENAS DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.

Nº	NÓMINA	Nº	NÓMINA	Nº	NÓMINA
1	Lolita's Restaurant "Lucho Barrios"	17	Restaurante lo Nuestro	33	Luz de América Bar y Restaurant
2	Hola New York "Bar y Restaurant"	18	Pique al Paso	34	Alvamar Bar y Restaurante
3	Rincón Ecuatoriano	19	Don Francisco # 2 Bar y Restaurant	35	Chimborazo I Bar y Restaurant
4	El palacio del sabor ecuatoriano	20	Jocakis Bar y Restaurant	36	Chimborazo II Bar y Restaurant
5	Alex Aguinaga Restaurant	21	Ecuador Mi País	37	Mitad del Mundo
6	El Balcón Quiteño Bar Restaurant	22	El Rumbero Bar y Restaurant	38	Nieto's Restaurante
7	El Balcón Quiteño Bar Restaurant II	23	Don Francisco Restaurant	39	Esperanza's ecuadorian food
8	Épocas Restaurant Bar	24	Braulio y Familia Restaurant y Bar	40	Robalino's Restaurant
9	Añoranzas	25	El Conquistador Restaurante Café	41	Venus Bar y Restaurant
10	Sabrosura Bar y Restaurant	26	Rincón Latino	42	Cordillera Restaurant
11	Piola Restaurante	27	Galápagos Restaurante	43	Sabor Latino
12	Lulu Bar y Restaurant	28	Café con Leche Panadería y Picantería	44	Oyola Restaurant
13	El Toro Partido	29	Restaurante de Vinicio	45	Latino's Restaurant
14	La Picada Azuaya	30	Bakery y Weekend Restaurante de Guayas	46	Toledo's Restaurant
15	Barzola, El Palacio del Sabor Ecuatoriano	31	Tropical I Restaurant	47	
16	El Guagua Pichincha Bar y Restaurant	32	Tropical II Restaurant	48	

Fuente: www.ecuatorianet.com/restaurantes.html

Actualmente los restaurantes han ganado participación en los mercados, desarrollando nuevos planes de captación de clientes, que les permite ofrecer un amplio menú de alimentos durante todo el año.

3.7.7.2.2 Proveedores.

Los proveedores que se ha tomado en cuenta en la presente investigación están ubicados en el Cantón Bolívar, Provincia del Carchi y se encuentran distribuidos en todo el perímetro urbano y rural.

Entre ellos se destaca a la Asociación de Mujeres Trabajadoras Agropecuarias del barrio Cuesaca, integrada por 13 socias. Se registró la existencia de 28 familias que se dedican a la crianza y comercialización del cuy en pie.

3.7.7.2.3 Competencia Nacional.

La Competencia Interna es alta de modo que resulta dificultoso incursionar en la exportación de la carne del cuy, sin embargo el valor agregado, los bajos costos de producción y la existencia de demanda por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, facilitan la realización del proyecto.

Los principales exportadores ecuatorianos que exportan carne de cuy hacia Estados Unidos, se citan en la siguiente tabla:

TABLA N°. 26 TOTAL EN VALORES EXPORTADOS HACIA EE.UU (01/2010-04/2014) POR PRODUCTOR.

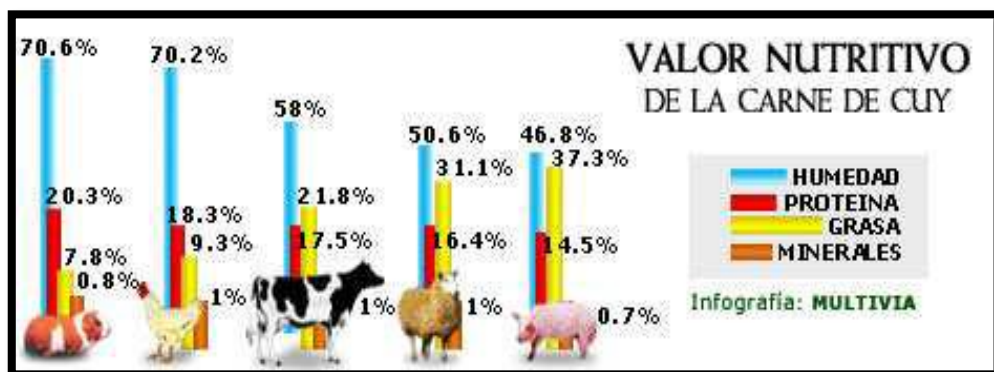
EXPORTADOR	TOTAL FOB	TOTAL CIF	TOTAL UNIDAD
Exportadora la Serranita Exposerranita Cia. Ltda.	73.920,70	57.029,64	26.280,45
Vásquez Ortiz Edgar Guillermo	72.471,80	48.651,80	22.444,48
Comercial Pesquera Christiansen S.A.	8.100,00	8.100,00	700,00
Berlook S. A.	2.819,00	2.819,00	795,67
Andrango Guallichico Clara Piedad	2.485,01	2.485,01	1.069,69
Saravacargo Cia. Ltda.	1.789,80	0,00	435,00
Miyaquil S.A.	1.595,00	1.595,00	2.758,30
Zambrano Guerrero Carlos Enrique	1.400,00	0,00	350,00
TOTAL:	164.581,31	120.680,45	50.282,75

Fuente: Cobus Group, 2014.

3.7.7.2.4 Productos Sustitutos.

La carne del cuy es el principal sustituto de la carne de ganado ovino, bovino, porcino y aves de corral. Durante los últimos años ha tenido un consumo creciente gracias a su alto valor nutritivo y menor contenido de grasa:

GRÁFICO N° 7 VALOR NUTRITIVO DE LA CARNE DE CUY.



Fuente: MSP, 2013.

3.7.7.2.5 Barreras de Entrada:

Porter, M. (2010) es el Gurú Internacional de las Estrategias Empresariales y en su libro "Estrategia Competitiva", expresa que es imprescindible analizar las barreras de entrada de un negocio o actividad a los mercados internacionales.

El autor destaca la existencia de seis barreras de ingreso que se debe superar para conseguir acceder al nuevo mercado:

3.7.7.2.5.1 Economías de Escala.

Si se analiza que a mayor producción, menores son los costos. En la crianza del cuy estos son relativamente bajos si se compara con otros mamíferos de similares características. La alimentación de especies menores se realiza con insumos baratos como: alfalfa, forrajes, yerba entre otros y en grandes cantidades, obteniéndose mayor rentabilidad.

3.7.7.2.5.2 Inversión Inicial.

Para el inicio del negocio la inversión es moderada en comparación con otros proyectos. Por su parte, los productores investigados ya disponen de la materia prima, recursos e infraestructura para la crianza del cuy.

Se ha considerado invertir en materiales e instrumentos para el envasado de la carne y en aquellos propios de la actividad exportadora.

3.7.7.2.5.3 Acceso a proveedores y canales de distribución.

La principal fuente de alimentación del cuy es de fácil acceso tomando en cuenta que la crianza de este animal, está dada principalmente en el sector rural del Cantón Bolívar, donde se dispone un importante número de animales para la comercialización.

El principal demandante de la carne de cuy, son los restaurantes de propiedad de inmigrantes ecuatorianos, donde el consumo por parte de la comunidad latina residente en la ciudad de Nueva York es creciente.

Para su abastecimiento se establecerán pedidos mensuales a fin de cubrir parte de la demanda creciente del mercado de destino con los servicios de un distribuidor encargado en la ciudad de Nueva York.

3.7.7.2.5.4 Alta diferenciación de algún producto existente.

La existencia de carnes de otros animales que ya se encuentran posicionadas en el mercado, no representa un obstáculo para que el consumidor latino y estadounidense busque diversidad en los productos que consumen. Ellos son cuidadosos al momento de adquirir aquellos que son bajos en grasas y de beneficio para la salud.

3.7.7.2.5.5 Falta de experiencia en la comercialización.

Se considera como una debilidad porque la mayoría de los productores no cuentan con el suficiente conocimiento del producto y su comercialización en los mercados internacionales.

La mayor parte de la producción se destina para el consumo local y muchas veces lo hacen al por menor y en pie, sin establecer precios acordes dejando de percibir las utilidades debido a los bajos precios.

3.7.7.2.5.6 Barreras Legales.

No existen impedimentos importantes para el ingreso de la carne de cuy a Estados Unidos, pero si se debe cumplir con las condiciones sanitarias del producto y la cancelación de los respectivos tributos al comercio exterior.

3.7.8 Proyecciones del Estudio.

3.7.8.1 Oferta Actual.

La Oferta se obtiene específicamente de los productores del Cantón Bolívar, cuyo número se describe en la tabla a continuación:

TABLA N°. 27 POBLACIÓN DE PRODUCTORES DE CUY.

PROVINCIA	CANTÓN	NÚMERO DE PRODUCTORES
Carchi	Bolívar	29
TOTAL:		29

Se ha previsto que esta agrupación de 29 productores sean los principales proveedores de cuy en pie, para envasar su carne al vacío y comercializarla en el exterior.

Los productores en conjunto producen un total de 632 cuyes en pie, listos para ser faenados, de los cuales el 80% se destinará para la exportación hacia Nueva York, Estados Unidos dando un total de 505 cuyes de 1 Kg. (Véase el Anexo N°. 08).

TABLA N°. 28 OFERTA ACTUAL DE CARNE DE CUY EN KILOS-2013.

PROVEEDORES	PRODUCTO	TOTAL PROVEEDORES	OFERTA MENSUAL	OFERTA ANUAL.
Productores del Cantón Bolívar.	Cuy Faenado	29	505 Kg.	6.060 Kg.

3.7.8.2 Oferta Proyectada.

La tasa de crecimiento promedio de producción de cuyes según datos históricos desde el año 2012 al 2014 en el Cantón Bolívar es de 1,18%. En base a este porcentaje se ha procedido a proyectar la oferta para los próximos 5 años:

TABLA N°. 29 OFERTA PROYECTADA DE CARNE DE CUY EN KILOS (2015-2019).

AÑO	CANTIDAD
2013	4.390 Kg.
2014	5.850 Kg.
2015	6.060 Kg.
2016	6.132 Kg.
2017	6.204 Kg.
2018	6.277 Kg.
2019	6.351 Kg.
2020	6.426 Kg.

3.7.8.3 Demanda Potencial.

Los demandantes potenciales son los latinos inmigrantes residentes en la ciudad de Nueva York, provenientes de países como: Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia quienes degustan de la carne de cuy y se ubican en edades entre 20 y 50 años. Este grupo representa el 36,4% de la población (141.336 consumidores). (CEPAL, 2014).

Este total se ha multiplicado por 1 Kg correspondiente al déficit de consumo anual de la carne de cuy en la ciudad de Nueva York:

TABLA N°. 30 DEMANDA PONTENCIAL LATINOS EN NUEVA YORK EN KILOS-2014.

PRODUCTO	POBLACIÓN QUE DEGUSTA LA CARNE DEL CUY	DEFICIT ANUAL EN KILOS	DEMANDA ANUAL
Carne de Cuy	141.336	1	141.336 Kg.

3.7.8.4 Demanda Final.

Como no se está en capacidad de cubrir la demanda de todos los inmigrantes latinos residentes en la ciudad de Nueva York, los restaurantes ecuatorianos existentes en esa ciudad se convierten en los principales clientes y encargados de comercializar el producto:

TABLA N°. 31 DEMANDA EN KILOS DEL MERCADO META.

DEMANDA DE LOS RESTAURANTES	OFERTA DEL PROYECTO	DEMANDA INSATISFECHA
735 Kg.	505 Kg.	230 Kg.

La demanda de estos locales se ha obtenido de la encuesta aplicada a todos y cada uno de ellos, quienes de manera conjunta se aprovisionarán de 735

Kilos de forma mensual, mientras que el proyecto se encargará de suministrar 505 Kilos dando una demanda insatisfecha de 230 Kilos.

TABLA N°. 32 FORMA DE CÁLCULO DE LA DEMANDA.

Número de restaurantes:	37 locales.
Cantidad demandada:	36 locales demandan 20 Kilos. 1 local demanda 15 Kilos.
Total demanda de los restaurantes:	735 Kilos mensuales.

3.7.8.5 Demanda Proyectada.

El cálculo de la demanda proyectada de los restaurantes se ha obtenido multiplicando Índice de Precios al consumidor, (IPC) existente en Estados Unidos, que es de 2,127% encargada de valorar el costo de los bienes de la canasta familiar de forma anual en ese país.

TABLA N°. 33 DEMANDA DE CARNE DE CUY EN KILOS.

PRODUCTO	2015	PROYECCIÓN (2015-2019):				
		2016	2017	2018	2019	2020
Carne de cuy	8.820 Kg.	9.008 Kg.	9.200 Kg.	9.396 Kg.	9.596 Kg.	9.800 Kg.

3.7.8.6 Demanda Insatisfecha.

Para determinar la demanda insatisfecha de los restaurantes se ha tomado en cuenta datos obtenidos de las encuestas que fueron proyectados en base al IPC en Estados Unidos al mes de mayo del 2014.

A dicha demanda se le resta los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a los productores del Cantón Bolívar, proyectados en base a la tasa de crecimiento del cuy:

TABLA N°. 34 BALANCE OFERTA-DEMANDA EN KILOS ANUALES (2015-2020)

DATOS PROYECTADOS.				
AÑO	DEMANDA Kg.	OFERTA Kg.	DEMANDA INSATISFECHA Kg.	% DE COBERTURA
2015	8.820	6.060	2.760	68,71%
2016	9.008	6.132	2.876	68,07%
2017	9.200	6.204	2.996	67,43%
2018	9.396	6.277	3.119	66,81%
2019	9.596	6.351	3.245	66,18%
2020	9.800	6.426	3.374	65,57%
PROMEDIO:				67,13%

3.7.9 Idea a defender.

Para los cuyicultores del Cantón Bolívar resulta conveniente la crianza del cuy y la comercialización de su carne en los mercados internacionales, donde existe la presencia de latinos residentes específicamente en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos; donde la demanda existente es creciente y constante.

El consumidor latino procedente de la región andina por naturaleza es un consumidor en potencia de la carne de cuy. La falta de diversidad gastronómica en Estados Unidos y las diferentes costumbres en la alimentación, ha surgido la necesidad de consumir productos nutritivos, propios de los países de origen de los inmigrantes.

Gracias a la creciente población activa de ciudadanos inmigrantes en Estados Unidos que degustan de la carne del cuy, los restaurantes se ven en la necesidad de demandar más producto y con mayor frecuencia.

Cada año están en capacidad de adquirir 8.820 Kilos de carne de cuy, de las cuales el proyecto contribuirá con 6.060 Kilos, dando como resultado una demanda insatisfecha de 2.760 Kilos con una cobertura de mercado del 68,71% en el primer año.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1 CONCLUSIONES.

En base a la información obtenida durante el desarrollo del estudio, se han obtenido las siguientes conclusiones que dan a conocer los resultados más importantes:

- Existen investigaciones y estudios que demuestran que el Ecuador es uno de los principales países productores de cuy y tercer exportador de carne envasada al vacío a nivel regional, gracias a las condiciones geográficas y climatológicas de la serranía.
- La provincia del Carchi posee producción de carne de cuy que permite cubrir la demanda local, así como una parte de la demanda en los mercados internacionales especialmente en la ciudad de Nueva York.
- La producción de cuy en el Cantón Bolívar se ha visto limitada debido a la ausencia de clientes fijos en el contexto local, sin embargo la presencia de inmigrantes residentes en países como Estados Unidos permite exportar el producto y aprovechar sus ventajas.
- El mercado meta de la carne de cuy son los restaurantes ecuatorianos encargados de satisfacer al grupo de inmigrantes residentes en la ciudad de Nueva York. Las investigaciones demuestran que la demanda es creciente y constante requiriéndose 735 Kilos de producto.
- Estados Unidos posee una economía saludable y confiable capaz de generar confianza a inversionistas internacionales. Actualmente, maneja indicadores económicos positivos que lo ratifican en su condición de principal socio comercial de productos no tradicionales provenientes de Ecuador.

4.2 RECOMENDACIONES.

- Promover e incentivar en el Cantón Bolívar la crianza del cuy para aprovechar los beneficios de su comercialización, especialmente en el contexto internacional donde su valor es económicamente rentable.
- Conformar gremios, asociaciones dedicadas a la crianza tecnificada del cuy, que permita competir con los principales proveedores nacionales e internacionales.
- Impartir conocimientos y procedimientos que permita a los productores convertirse en empresas dedicadas a la producción y comercialización de sus productos.
- Aprovechar las ventajas de la crianza del cuy, los bajos costos de producción y la reinversión de las utilidades en mejores especies, insumos, infraestructura, tecnología y capacitación.
- Emplear buenas prácticas de manufactura a costos económicamente beneficiosos, que permita situar un producto de calidad a precios acordes a los ingresos de los consumidores en la ciudad de Nueva York.
- Poner en práctica los resultados de esta investigación, que nace como una necesidad de un grupo mayoritario de personas que se dedican a la crianza del cuy, y que en gran medida desconocen las ventajas que ofrece esta actividad.

V. PROPUESTA.

5.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA.

Estudio de factibilidad para la exportación de carne de cuy envasada al vacío por parte de los productores del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, que cubra un segmento de la demanda existente por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos.

5.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

La carne del cuy ha sido consumida desde tiempos inmemorables por los pobladores principalmente de América Latina, en países como Colombia, Venezuela, Brasil, Ecuador, Perú y Bolivia; de manera especial en estos tres últimos, donde la cultura de consumo está presente con mayor intensidad.

El cuy al igual que otros animales domésticos fue aprovechado por los campesinos de estratos bajos, para el consumo en los hogares. Posteriormente y gracias a su exquisito sabor y demanda se lo aprovechó y explotó económicamente para la venta en los mercados.

Como alimento es rico en proteínas, minerales y bajo en grasas en relación a otros productos sustitutos. Últimamente ha tenido un aumento creciente en su consumo, especialmente por quienes se encuentran tanto fuera como dentro del Ecuador.

El Cantón Bolívar, siendo netamente agrícola y ganadero presenta un importante número de productores de cuy, al igual que en toda la provincia del Carchi; no cuenta con capacitación técnica y conocimientos comerciales que les permita desarrollar el sector artesanal.

La realización de un estudio económico, técnico y logístico ayudará a mejorar las condiciones de la crianza y comercialización del producto, dinamizando la economía de las familias inmersas. Con la exportación del producto se desarrollará la industria y la competitividad en la provincia del Carchi.

5.3 JUSTIFICACIÓN.

Debido a la alta competencia en el mercado interno y la reducción de las utilidades percibidas por los criadores de cuy en la provincia del Carchi y en el Cantón Bolívar, se tiene la necesidad de implementar un estudio de factibilidad que permita comercializar la carne del cuy envasada al vacío en los mercados internacionales como el de Nueva York, donde existe gran presencia de latinos inmigrantes.

El estudio responde a la necesidad de ofertar un producto de calidad y con alto contenido proteico en los mercados donde la demanda de este alimento es creciente porque es un sustituto de las principales carnes que las personas están acostumbradas a consumir, beneficiando la sana alimentación y conservación de la salud.

Se pretende beneficiar a los pequeños y medianos productores que no disponen de conocimientos técnicos y recursos económicos para desarrollar la actividad exportadora. La capacidad negociadora también es escasa y la gran parte del tiempo tiene que comercializar su producto a precios inferiores a intermediarios que se aprovechan de la falta de clientes fijos.

Se busca mejorar las ventas de la carne del cuy en el Carchi y en el Ecuador proveyendo de un producto de calidad que permita mejorar las condiciones de vida de los productores y los ingresos de sus hogares.

Con la elaboración del estudio de factibilidad, se desea conocer la viabilidad técnica, logística y financiera para poner en marcha el proyecto, mediante la inversión en materia prima, mano de obra y recursos de infraestructura; que permita obtener utilidades, generar riqueza y trabajo para los productores en el corto plazo.

5.4 OBJETIVOS.

5.4.1 Objetivo General.

- Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de carne de cuy por parte de los productores del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi que cubra un segmento de la demanda existente en el mercado de inmigrantes latinos en Nueva York, Estados Unidos.

5.4.2 Objetivos Específicos.

- Elaborar un Estudio Técnico, Legal y Administrativo.
- Diseñar los procesos logísticos para la exportación de carne de cuy envasado al vacío.
- Realizar el Estudio Financiero y Económico del proyecto para la exportación de carne de cuy hacia Nueva York, Estados Unidos.
- Evaluar económicamente el estudio de factibilidad para determinar su rentabilidad.

5.5 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.

5.5.1 Factibilidad.

La factibilidad de un proyecto debe ser analizada desde el plano técnico, financiero y económico.

Los inversionistas serán los encargados de decidir su aplicación y puesta en práctica, mediante la inversión del capital en función de los resultados obtenidos del estudio de mercados, donde se determina la oferta y demanda existentes.

El estudio técnico demuestra la existencia de recursos de infraestructura, mano de obra, materia prima, canales de comercialización y elementos que permitan obtener un producto terminado con calidad de exportación.

El análisis de los indicadores financieros, determinan la rentabilidad del capital invertido en el desarrollo de la actividad exportadora.

5.5.2 Proyecto de Inversión.

El proyecto de inversión consiste en asistir económicamente a un estudio futuro que se encargará de la creación y obtención de bienes y servicios útiles, que satisfagan las necesidades de la sociedad en general.

Antes de invertir el capital propio o financiado en un determinado proyecto, se debe realizar un análisis que contemple datos, cálculos y documentos explicativos, donde se demuestre su factibilidad técnica y económica para tomar la decisión de aceptarlo o rechazarlo.

5.5.3 Rentabilidad.

La rentabilidad es un indicador básico que permite juzgar la eficiencia dentro de la gestión empresarial y el comportamiento de los activos con interdependencia de su origen.

Se aplica a todas las actividades económicas en las que se movilizan insumos, recursos económicos, humanos y financieros para obtener los resultados esperados.

Para que un proyecto sea rentable, las utilidades deben estar por encima de los gastos incurridos para la puesta en práctica del proyecto. La información se obtiene elaborando los diferentes estados financieros, balances y flujos netos de efectivo al final de cada ciclo económico.

No se debe esperar que la rentabilidad sea demasiado elevada, porque se correrá el riesgo de caer en suposiciones equivocadas que no reflejen la verdadera situación de la empresa. Se debe mantener conformidad con aquella que preste las condiciones óptimas para reinvertir, solventar y trabajar el capital con normalidad.

5.6 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

5.6.1 Estudio Técnico.

El Estudio Técnico del proyecto consiste en la verificación técnica de la fabricación de los bienes finales, así como el análisis y determinación correcta del tamaño de la empresa, su localización, equipos que se utilizarán en las instalaciones y organización interna requeridas para la producción. (Baca Urbina, 2013).

El estudio técnico para desarrollo del proyecto establece los recursos y bienes que se demandan para la ubicación del lugar, aspectos legales, instalaciones y demás herramientas que se emplearán para dar valor agregado al producto.

En esta parte del proyecto, se sentarán las bases para la realización del estudio financiero y la evaluación económica de la inversión, que mostrará las maneras para la obtención del bien terminado.

5.6.1.1 Localización Óptima del Proyecto.

Se ha previsto establecer el proyecto en la ciudad de Bolívar, Carchi, porque se trata de una ciudad con un crecimiento económico referente en la crianza de cuyes para el consumo y la comercialización.

Es idóneo establecer el negocio en esta localidad debido a la cercanía con el productor, donde se dispondrá de infraestructura, materia prima, servicios básicos y mano de obra barata.

5.6.1.2 Tamaño del Proyecto.

La determinación del tamaño y capacidad del proyecto se debe a dos aspectos:

La existencia de demanda insatisfecha de la carne del cuy por parte de los latinos inmigrantes en Nueva York, que se pretende cubrir mediante la aplicación del estudio; y la oferta exportable que poseen los productores en el Cantón Bolívar.

Cabe resaltar que la determinación óptima del tamaño de la empresa representa su capacidad instalada expresada en el número de unidades comerciales producidas por año, y se considera como tal cuando se opera a la máxima rentabilidad empleando los menores costos totales. (Baca Urbina, 2013, p. 100).

En la siguiente tabla, se evidencia el balance entre variables:

TABLA N°. 35 BALANCE OFERTA-DEMANDA EN KILOS ANUALES.

AÑO	DEMANDA POTENCIAL Kg.	OFERTA EXPORTABLE Kg.	DEMANDA INSATISFECHA Kg.	% DE COBERTURA
2015	8.820	6.060	2.760	68,71%
2016	9.010	6.130	2.880	68,07%
2017	9.200	6.200	3.000	67,43%
2018	9.400	6.280	3.120	66,81%
2019	9.600	6.350	3.250	66,18%
2020	9.800	6.430	3.370	65,57%
PROMEDIO:				67,13%

Los productores de cuy de Bolívar, en promedio tienen la capacidad de ofertar 6.060 kilos anuales, con una demanda de 8.820 kilos, razón por la cual es preciso producir en mayor cantidad.

Se puede observar que el proyecto está en capacidad de cubrir en promedio el 67,13% del total de la demanda insatisfecha, lo cual asegura una participación importante en el mercado de los restaurantes latinos.

Estas cifras permitirán tomar las mejores decisiones para contar con la capacidad instalada, materiales, herramientas y mano de obra seleccionada para el cumplimiento de sus funciones.

5.6.1.3 Localización:

La localización estratégica del proyecto es la que establece el éxito o fracaso del negocio. La disponibilidad de recursos económicos, financieros, humanos y técnicos son los factores determinantes que garantizarán el desarrollo de las operaciones normales de la empresa.

La localización del proyecto se basa en un estudio que se subdivide en dos partes: Macro localización y Micro localización.

5.6.1.3.1 Macro Localización.

“La Provincia del Carchi está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; entre los paralelos 1° 12' 43" y 0° 21' 50" de Latitud Norte y entre los meridianos 77° 31' 36" y 78 33' 12" de Longitud Occidental; el relieve del terreno es bastante irregular y montañoso; la Provincia se extiende entre los nudos de Pasto hacia el norte, de Boliche, hacia el sur y en parte del valle del Chota. Limita al norte con la República de Colombia; al Sur y Oeste con la Provincia de Imbabura; al Este con la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas”. (Gobierno Provincial del Carchi, 2014).

ILUSTRACIÓN N°. 1 MAPA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI.



Fuente: GoogleMap, 2014.

5.6.1.3.2 Micro Localización.

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

- Cabecera Cantonal: Bolívar, con una población de 2.576 habitantes (1.313 hombres y 1.263 mujeres).
- Población Cantonal: 13.898 habitantes (7.114 hombres y 6.784 mujeres).
- Extensión: 329,03 Km².
- Altura: 2.503 m.s.n.m.
- Temperatura promedio: 13,8 °C.
- Economía: En cuanto a su producción podemos hablar de huertos hortícolas, granjas integrales, industrialización de la cebada y quesos, existe un gran impulso del cultivo bajo invernadero con productos orgánicos y de gran calidad para el consumo interno y comercialización. (Gobierno Provincial del Carchi, 2014).

ILUSTRACIÓN N°. 2 CROQUIS DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.



Fuente: Google.map, 2015.

Ubicación del Proyecto

El proyecto se establecerá en el Barrio San Vicente entre las Calles: Av. Simón Bolívar y Buenos Aires.

5.6.1.4 Determinación de la Alternativa de Ubicación.

Se ha empleado el método cuantitativo por puntos que consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para su ubicación. (Baca Urbina, 2013, p. 110).

Se deben analizar factores de localización que influyen en la decisión de la ubicación del proyecto como es: La existencia de servicios básicos, comunicaciones, vías y rutas de acceso hacia a los proveedores.

En el entorno antes mencionado, se encuentra localizado el local en arriendo donde se desarrollará el envasado al vacío del producto. Para ello se ha utilizado la siguiente matriz para una determinación óptima de la ubicación de las instalaciones del negocio:

TABLA N°. 36 MATRIZ CUALITATIVA DE LOCALIZACIÓN POR PUNTOS.

FACTOR ZONA	P.A (%)	ZONA SUR		ZONA CENTRO		ZONA NORTE	
		CALIF.	%	CALIF.	%	CALIF.	%
Cercanía con el proveedor	25%	4	1,00	6	1,50	8	2,00
Costo edificación	10%	5	0,75	5	0,75	7	1,05
Vías comunicación	10%	7	0,70	7	0,70	7	0,70
Mano obra disp.	15%	7	1,05	6	0,90	8	1,20
Costo insumos	10%	4	0,60	5	0,75	7	1,05
Proveedores de Materia Prima	25%	6	0,90	8	1,20	9	1,35
Aspectos fiscales	5%	3	0,15	8	0,40	5	0,25
TOTAL:	100%	5,14	5,15	6,43	6,20	7,29	7,60

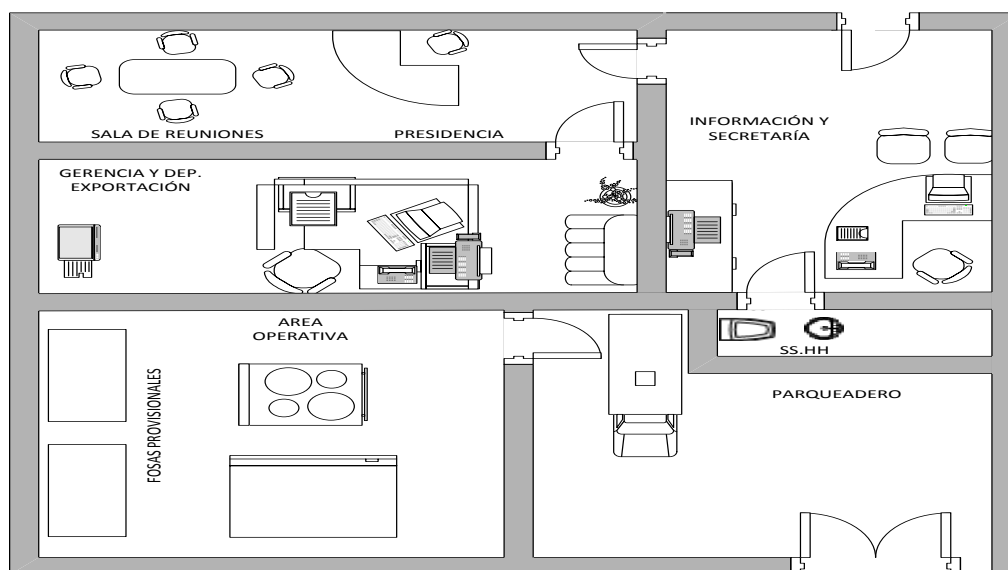
El sector donde se establecerán las instalaciones para la realización del proyecto es la Zona Norte, gracias a las condiciones favorables que presta en el acceso a materia prima, insumos y mano de obra.

5.6.1.5 Distribución de la Planta.

Una adecuada distribución física de las instalaciones de la planta proporcionará las condiciones más idóneas para el desarrollo normal de las actividades operativas y administrativas, proporcionando seguridad y bienestar a los trabajadores. (Baca Urbina, 2013, p. 116).

La compañía CUYES “L&B” Cía. Ltda., constará de 6 ambientes en un área física de 375 m², destinados de la siguiente forma:

ILUSTRACIÓN N°. 3 ESPACIO FÍSICO Y ADMINISTRATIVO.



- **Sala de reuniones y presidencia.** 15 m² del total del área física estarán destinados para la realización de reuniones, recepción de personas, juntas y actividades relacionadas con la toma de decisiones de la alta dirección de la compañía.
- **Información y secretaria.** 10 m² para recepción de personas, información y secretaria, que dispondrá de los equipos necesarios para un buen funcionamiento.
- **Gerencia y departamento de exportación.** 50 m² para la realización de contactos, negociaciones, trámites propios de la empresa y la comercialización del producto.
- **Área operativa.** 150 m² servirán para desarrollar actividades como: recepción de los animales, faenamiento y posterior envasado al vacío.
- **Parqueadero.** 150 m². En este sector los vehículos descargarán y cargarán el producto.
- **Sanitario.** La empresa contará con un servicio higiénico a donde los trabajadores podrán acudir a realizar sus necesidades básicas, cambiarse de ropa o bañarse.

Adicionalmente, la empresa contará con el siguiente listado de activos fijos:

TABLA N°. 37 ACTIVOS FIJOS.

MAQUINARIA Y EQUIPO	UNIDADES
Maquina peladora	1
Máquina de envasado al vacío	1
Congelador	2
Cocina industrial	1
Cilindro de gas	2
MUEBLES Y ENSERES	
Escritorio	3
Silla giratoria	7
Silla de espera de 4 personas	2
Archivador	2
EQUIPO DE CÓMPUTO	
Computadora	2
Impresora multifunción	1
HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS	
Ollas de aluminio 32 Litros	3
Mesa de acero	2
Cuchillos inoxidable	8
Gavetas plásticas	15
EQUIPO DE OFICINA	
Calculadora	1
Fax	1
Teléfono	2

5.6.1.6 Ingeniería del Proyecto, (Procesos):

Para Baca Urbina, (2013):

“EL objetivo principal de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción de los procesos de adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”. (p. 112).

El proceso productivo para la obtención de los bienes terminados empleará recursos e insumos que procesará las materias primas en artículos mediante el proceso manufacturero.





En el procesamiento de la carne de cuy se emplearán recursos tecnológicos, conocimientos técnicos, equipos y procesos que permitirán obtener un producto de calidad y con valor para el cliente en la ciudad de Nueva York.

Finalmente el proceso de exportación se detallan los pasos a cumplir para colocar el producto en el mercado de destino.

5.6.1.6.1 Diagrama de Flujo.

Emplea una simbología internacionalmente aceptada que sirve para representar las operaciones de la Ingeniería de procesos y otras operaciones efectuadas en el desarrollo del proyecto de una forma fácil y de rápida comprensión. (López, R. 2010, p. 273).

TABLA N°. 38 SIMBOLOGÍA DE LOS DIAGRAMAS DE FLUJO.

FIGURA	NOMBRE	SIFNIGADO
	Iniciar/terminar	Expresa Inicio o Fin de un Proceso.
	Actividad	Expresa una operación física o de gestión dentro del proceso.
	Toma de decisiones	Expresa condiciones y asociaciones alternativas a una decisión lógica. SI, NO.
	Sentido	Muestra la dirección y sentido del proceso, uniendo símbolos.
	Documento	Indica la documentación requerida en los trámites como: adquisiciones, pagos, exportación entre otros.

Fuente: Logística Comercial, 2010.

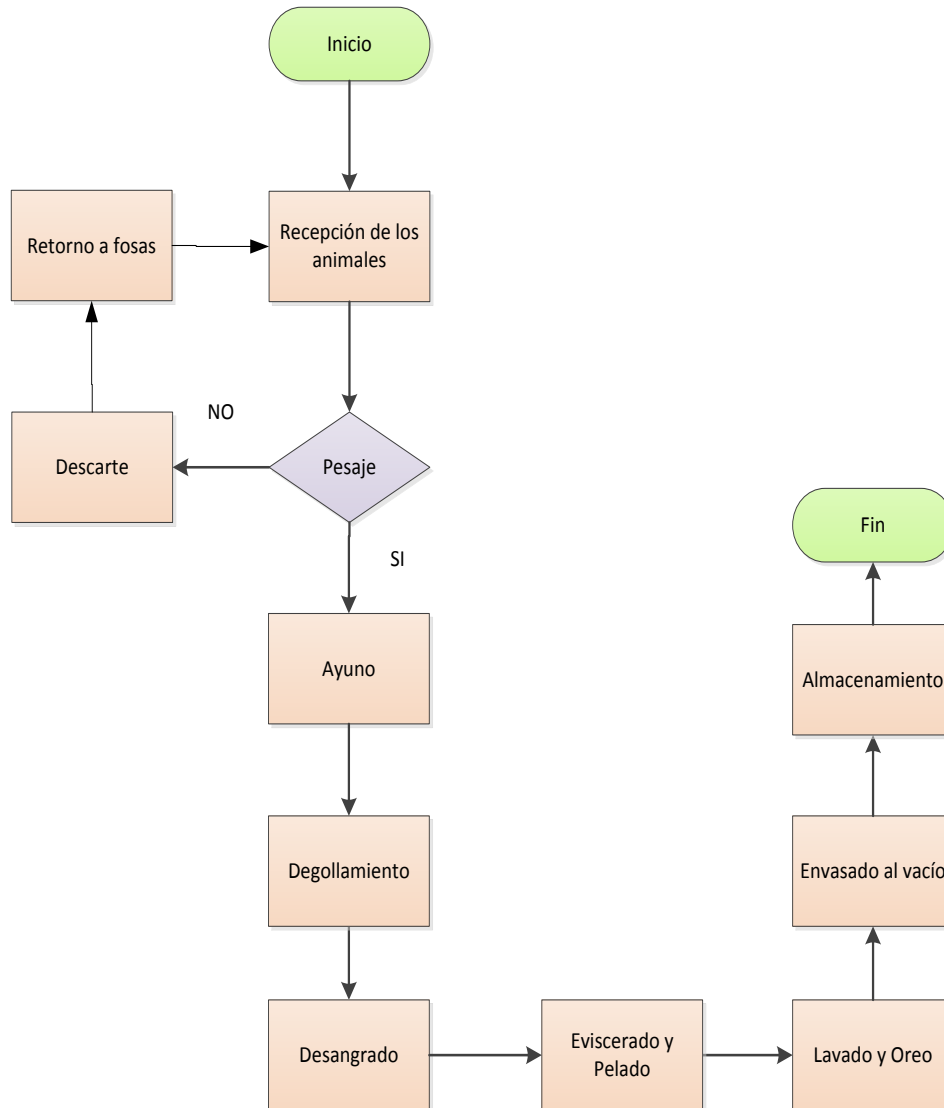
5.6.1.6.2 Proceso de Producción.

El procesamiento del cuy será realizado por personas capacitadas y con conocimientos técnicos en la selección del producto, beneficio y envasado de la carne, cumpliendo con las especificaciones y requisitos de calidad exigidos por el cliente en el exterior.

- **Recepción de los animales.** Los cuyes provenientes de los diferentes criaderos en el Cantón Bolívar, serán receptados y llevados a la planta para su posterior verificación física y procesamiento.
- **Pesaje.** El pesaje consiste en corroborar que los cuyes cumplen con el peso establecido de 1,2 kg, ya que tras su faenamiento el peso deberá ser de 1 kg; caso contrario estos son llevados a las fosas hasta que ganen el peso adecuado.
- **Ayuno.** Previo al degollamiento el cuy debe pasar por una etapa de ayuno por aproximadamente 12 a 24 horas, para evitar posibles problemas durante el pelado y eviscerado.
- **Degollamiento.** Se debe realizar un corte en el animal a la altura de la vena yugular, para el desangrado.
- **Desangrado.** Se debe esperar por un lapso de 8 a 10 minutos a que el cuy haya terminado de desangrarse, esto para precautelar absoluta inmunidad y sanidad del producto.
- **Pelado y eviscerado.** Los cuyes son sumergidos en agua caliente a más de 60 °C para posteriormente ser llevados a la máquina peladora. El obrero debe realizar un corte a la altura del tórax a fin de despojar al animal de vísceras, intestinos y demás órganos internos.
- **Lavado y oreo.** Los obreros se encargarán del lavado de los animales con agua limpia para eliminar restos y otros residuos propios de las etapas anteriores. Se debe dejar secar la carne en las gavetas plásticas.
- **Envasado al vacío.** Una vez que se ha secado el cuy, este debe ser envasado al vacío con ayuda de la máquina empacadora. Esta operación es la más importante porque se trata de garantizar la inocuidad e inviolabilidad del producto.

- **Almacenamiento.** El cuy envasado es almacenado al frio en los congeladores dispuestos para el efecto, donde permanecerán hasta su despacho para la posterior exportación.

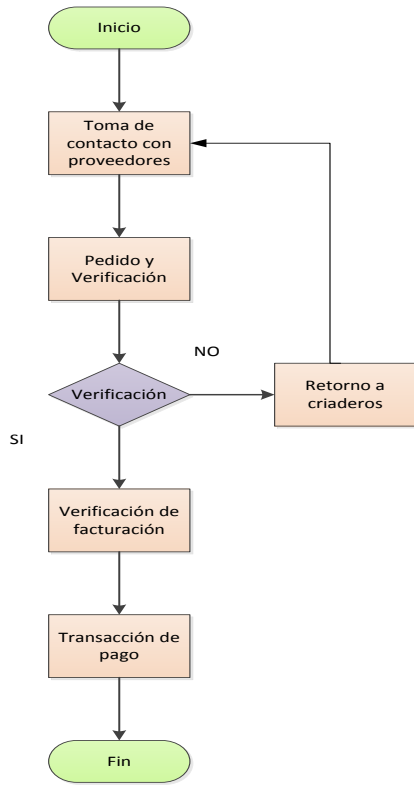
ILUSTRACIÓN N°. 4 PROCESO DE PRODUCCIÓN.



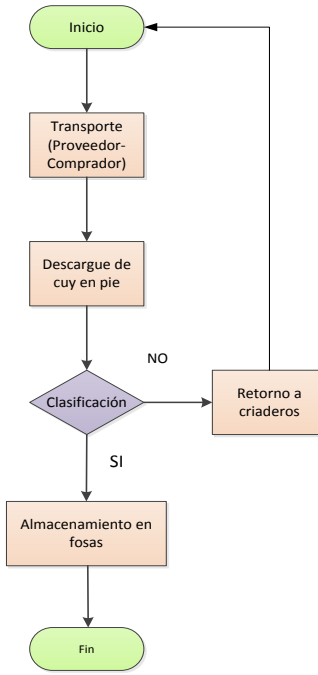
5.6.1.6.3 Procesos Internos y Externos de la empresa.

Dentro de la planta se deberán cumplir estrictamente procesos logísticos internos y externos que permitan aprovechar los insumos y suministros al realizar el proceso transformador, hasta obtener el producto final para la exportación.

- Proceso de Aprovisionamiento.** Los proveedores de la materia prima (cuy) son los productores del Cantón Bolívar, quienes son los que facilitan el desarrollo de las actividades del proyecto. Se realizará una única negociación para las entregas:

CUYES "L&B" Cía. Ltda.	APROVISIONAMIENTO			Código:	APROV-LB-001
				Versión:	001
				Páginas:	1-001
Responsable:	Gerente				
Objetivo:	Abastecer a la empresa de la materia prima desde los proveedores.				
Alcance:	Compra de los cuyes a los productores de Bolívar.				
Responsable:	Detalle:	Documento:			
Gerente Administrativo Comercial	1. Pedido y verificación.				Factura
	2. Verificación de entrega.				
	3. Verificación de facturación.				
	4. Transacciones de pago.				
	5. Fin.				
2. FLUJOGRAMA					
 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Contacto[Toma de contacto con proveedores] Contacto --> Pedido[Pedido y Verificación] Pedido --> Verificacion{Verificación} Verificacion -- NO --> Retorno[Retorno a criaderos] Retorno --> Contacto Verificacion -- SI --> Facturacion[Verificación de facturación] Facturacion --> Pago[Transacción de pago] Pago --> Fin([Fin]) </pre>					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodicidad de cálculo	Responsable	
Adquisición	Cantidad ofertada por productor	505 cuyes (100%)	Mensual	Gerente	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO					
Recurso humano	Infraestructura		Ambiente de trabajo		
Gerente	Criaderos, Planta de procesamiento		Ninguno		
Revisado	Aprobado		Fecha		
Presidente	Junta de Socios		19/04/2015.		

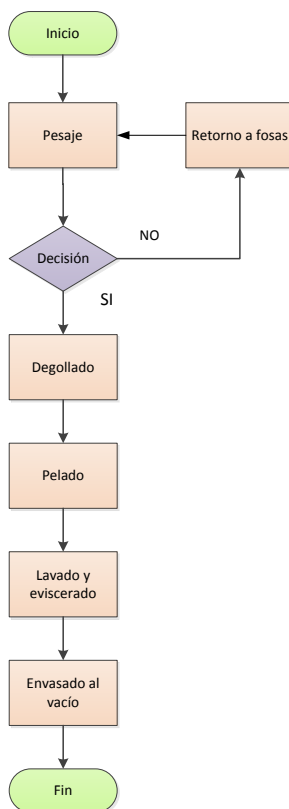
- Proceso Logístico Interno.** La logística es una acción que representa una de las principales actividades operativas de la Cadena de Valor. Mientras más eficiente sea la logística interna, mayores son las oportunidades de generar ventajas competitivas. (Porter, M. 2010):

CUYES "L&B" Cía. Ltda.	LOGÍSTICA INTERNA			Código:	LINT-LB-001
				Versión:	001
				Páginas:	2-001
Responsable:	Jefe de control de calidad				
Objetivo:	Realizar actividades relacionadas con el control y manejo adecuado del producto en la planta.				
Alcance:	Procesos para garantizar la cadena de valor.				
Responsable:	Detalle:				Documento:
Jefe de control de calidad	1. Transporte desde el local del proveedor al del comprador.				Guía de transporte. Factura.
	2. Descargue de los cuyes en pie.				
	3. Clasificación y descarte.				
	4. Almacenamiento en las fosas.				
	5. Fin.				
2. FLUJOGRAMA					
 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Transporte[Transporte (Proveedor-Comprador)] Transporte --> Descarga[Descargue de cuy en pie] Descarga --> Clasificacion{Clasificación} Clasificacion -- NO --> Retorno[Retorno a criaderos] Retorno --> Inicio Clasificacion -- SI --> Almacenamiento[Almacenamiento en fosas] Almacenamiento --> Fin([Fin]) </pre>					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodicidad de cálculo	Responsable	
Pedido	Verificación de 505 cuyes mensuales	100%	Mensual	Jefe de control de calidad	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO					
Recurso humano	Infraestructura		Ambiente de trabajo		
Jefe de control de calidad	Instalaciones de la planta		Equipos, materiales y utensilios.		
Revisado	Aprobado		Fecha		
Gerente	Gerente		20/04/2015		

- **Proceso Operativo.** La parte operativa se puede considerar como el sistema de transformación para crear los bienes y servicios con valor para los clientes:

CUYES “L&B” Cía. Ltda.	PROCESO OPERATIVO	Código:	POPER-LB-001
		Versión:	001
		Páginas	3-001
		:	
Responsable:	Obreros		
Objetivo:	Transformar la materia prima e insumos en productos terminados con valor agregado.		
Alcance:	Procesamiento y envasado de la carne del cuy		
Responsable:	Detalle:	Documento:	
Obreros	1. Pesaje.	Documentos de control interno. Ordenes de producción.	
	2. Degollamiento.		
	3. Pelado.		
	4. Lavado y eviscerado.		
	6. Envasado al vacío.		
	7. Fin.		

2. FLUJOGRAMA



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodicidad de cálculo	Responsable
Pedidos		100%	Mensual	Obreros

DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO

Recurso humano	Infraestructura	Ambiente de trabajo
Obreros	Instalaciones	Maquinaria y equipos
Revisado	Aprobado	Fecha
Jefe de control de calidad	Gerente	21/04/2015

- **Proceso de Negociación Internacional.** “Con la globalización y la eliminación progresiva de barreras al comercio, la negociación internacional se convierte en un tema diario que permite a productores, comercializadores y compradores obtener los beneficios derivados del comercio exterior”. (ICESI, 2014).

CUYES “L&B” Cía. Ltda.	NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL	Código:	NEG-INT-LB-001	
		Versión:	001	
		Páginas:	4-001	
Responsable:	Gerente Adm/Comercial.			
Objetivo:	Realizar la negociación con el cliente en la ciudad de Nueva York			
Alcance:	Toma de contacto y cierre del contrato			
Responsable:	Detalle:	Documento:		
Gerente.	1. Toma de contacto con el mercado.	Correo Electrónico. Contrato.		
	2. Preparación de la negociación.			
	3. Propuesta.			
	4. Discusión.			
	5. Firma de contrato.			
	5. Fin.			
2. FLUJOGRAMA				
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Contacto[Toma de contacto] Contacto --> Preparacion[Preparación de la negociación] Preparacion --> Propuesta[Propuesta] Propuesta --> Discusion[Discusión] Discusion --> Acuerdo{Acuerdo} Acuerdo -- NO --> Otro[Fijar otro encuentro] Otro --> Contacto Acuerdo -- SI --> Firma[Firma de contrato] Firma --> Fin([Fin]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodicidad de cálculo	Responsable
Clientes	Clientes/tiempo de realización venta	100% de clientes	Mensual	Asesor de comercio exterior
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO				
Recurso humano	Infraestructura		Ambiente de trabajo	
Gerente	Equipos informáticos		Oficinas	
Revisado	Aprobado		Fecha	
Gerente	Junta de socios		22/04/2015	

- **Proceso Logístico Externo.** “Es la parte de la cadena de abastecimiento que concreta la acción de entregar el producto al cliente”. (Porter, M. 2010).

CUYES “L&B” Cía. Ltda.	LOGÍSTICA EXTERNA	Código:	LOG-EX-LB-001	
		Versión:	001	
		Páginas:	5-001	
Responsable:	Gerente Adm/Comercial.			
Objetivo:	Realizar la exportación de carne de cuy envasada al vacío.			
Alcance:	Enviar el producto desde Ecuador hacia Nueva York			
Responsable:	Detalle:	Documento:		
Gerente Adm/Comercial.	1. Preparación del producto para la exportación y consideración de las condiciones físicas de la carga.	Factura Guía aérea Documento de origen Documento de Exportación e importación.		
	2. Documentación.			
	3. Transporte Interno.			
	4. Almacenamiento en origen. (Contenedorización)			
	5. Carga al medio de transporte (Flete Internacional).			
	6. Despacho.			
	7. Fin.			
2. FLUJOGRAMA				
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Envase[Envase y embalaje] Envase --> Considerar{Considerar condiciones físicas} Considerar -- SI --> Documentos[Elaboración de documentos] Considerar -- NO --> Revisión[Revisión] Revisión --> Envase Documentos --> Transporte[Transporte Interno] Transporte --> Descargue[Descargue en Puerto y Contenedorización] Descargue --> Carga[Carga al medio de Transporte (Aéreo)] Carga --> Flete[Flete Internacional] Flete --> Despacho[Despacho] Despacho --> Fin([Fin]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodicidad de cálculo	Responsable
DFI	Despachos programados/de spachos terminados	100% de envíos	Mensual	Asesor de comercio exterior
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO				
Recurso humano	Infraestructura	Ambiente de trabajo		
Jefe control de calidad	Equipos informáticos	Ninguno		
Revisado	Aprobado	Fecha		
Gerente Adm/Comercial	Presidente	23/04/2015		

5.6.1.7 Estudio Legal del proyecto:

La constitución de una empresa está regida por los actos tanto del gobierno como de las instituciones o de los propios individuos, seguidos de una serie de leyes y reglamentos que repercuten de alguna manera sobre el proyecto. Se debe tomar en cuenta que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico. (Baca Urbina, 2013).

5.6.1.7.1 Ley de Compañías, (1999).

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente”. (Art. 92).

Esta forma de constitución es la mejor opción para la creación de una empresa envasadora y exportadora de carne de cuy, porque permite la realización de estas y otras actividades de comercio. (Art. 94).

Por lo tanto CUYES “L&B” Cía. Ltda., será una empresa fundada por dos accionistas quienes aportarán con sus capitales para su conformación, aprovechamiento de recursos y el cumplimiento con el Estado, en base a la siguiente tabla:

TABLA N°. 39 BASE LEGAL DE LA EMPRESA.

Nombre o Razón Social:	“Cuyes L&B” Cía. Ltda.
Figura Jurídica:	Compañía de Responsabilidad Limitada.
Objeto de la empresa:	Exportación de carne de cuy envasada al vacío.
Presidente:	Hugo Guerrón Guerrón.
Representante legal:	Lenin Burbano López.
Capital Social:	Propio 70%, Financiado 30%.
Domicilio:	Bolívar, Carchi, Ecuador. (Barrio San Vicente de Paúl).

5.6.1.7.2 Origen del Capital.

El capital inicial provendrá de las aportaciones en dinero por parte de los socios en un 70%, mientras que el 30% restante se obtendrá de un crédito en las instituciones del sector financiero. Dicho fondo deberá ser depositado en la cuenta bancaria de la compañía.

5.6.1.7.3 Procedimiento de Constitución de la Compañía:

Para la creación de la Compañía de Responsabilidad Limitada, deben cumplirse los siguientes pasos:

TABLA N°. 40 PROCEDIMIENTO PARA CONFORMAR UNA COMPAÑÍA LIMITADA.

ÍTEM	TRÁMITE	DOCUMENTACIÓN
Aprobación del nombre de la Compañía.	Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación ante la Superintendencia de Compañías.	Copia de cédula.
Apertura cuenta de Integración de Capital.	Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la Compañía.	Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas). Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías. Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital. El valor del depósito.
Celebrar la Escritura Pública.	Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía.	Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías. Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital. Minuta para constituir la Compañía.
Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución.	Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.	Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución. Copia de la cédula del abogado que suscribe la solicitud. Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía.
Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras.	La Superintendencia de Compañías entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.	Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.
Cumplir con las disposiciones de la Resolución.	Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su separación. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.	Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar: Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías. Formulario para obtener la patente municipal. Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.
Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.	Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías, se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.	Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones. Patente municipal. Certificado de inscripción otorgado por el Municipio. Publicación del extracto. Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía	Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)	Ninguna
Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil.	Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil.	Tres copias de cada Nombramiento. Copia de las Escrituras de Constitución. Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente.
Retirar la cuenta de Integración de Capital.	Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.	Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital. Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía. Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.
Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía.	La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.	Solicitud de apertura de cuenta. Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejarán la cuenta. Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta. Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.
Obtener permiso para imprimir Facturas.	Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.	Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI). Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía. Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía. Patente Municipal. Planilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento.

Fuente: Ley de Compañías del Ecuador, 1999.

Con los requisitos antes descritos, se deben obtener obligatoriamente los siguientes permisos y autorizaciones como:

5.6.1.7.3.1 Registro Único de Contribuyentes, RUC.

El contribuyente deberá presentar original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- Original y copia de la cédula de identidad.
- Planilla de servicio básico agua o luz.
- Comprobante de pago del impuesto a la renta.

- Copia del contrato arrendamiento.

5.6.1.7.3.2 Patente Municipal del GAD-Bolívar.

- Nombres completos.
- Razón Social.
- Representante legal.
- Número de cédula.
- Dirección donde va a ejercer la actividad económica.
- Clave Catastral (es un dato importante respecto del predio donde se va a ejercer la actividad).
- Número telefónico.
- Actividad económica principal con la que se inscribe la patente.
- Costo: USD 20 anual.

5.6.1.7.3.3 Permiso de funcionamiento ante la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA.

- Solicitud de permiso de funcionamiento.
- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación.
- Una fotografía tamaño carné.
- Copia del RUC.
- Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos.
- Plano del local a escala.
- Examen médico.
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del informe final.
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tiene vigencia un año.

5.6.1.7.3.4 Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC.

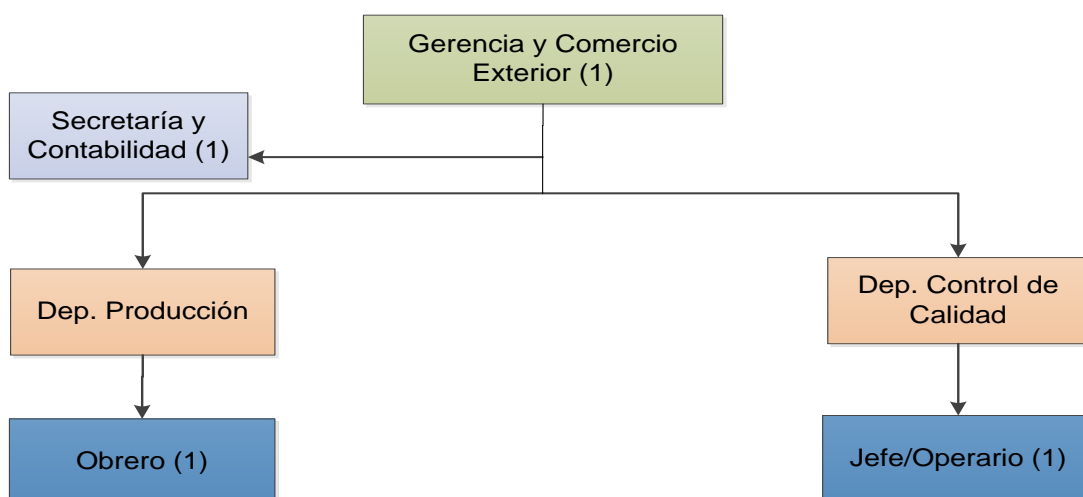
5.6.1.7.3.5 Requisitos para ser exportador.

- Contar con el RUC.
- Obtener del Certificado Digital de Firma Electrónica.
- Calificarse en la Ventanilla Única Ecuatoriana indicando la actividad.

5.6.1.8 Estructura Organizacional de la compañía:

CUYES “L&B” Cía. Ltda., estará organizada de forma vertical donde cada jefe recibe y trasmite todo lo que sucede en su área respectiva.

ILUSTRACIÓN N°. 5 ESTRUCTURA ORGÁNICA.



5.6.1.8.1 Requerimiento de Talento Humano.

La compañía CUYES “L&B” Cía. Ltda., empleará los servicios de un grupo de 4 personas que realizarán tareas administrativas y operativas según la siguiente tabla:

TABLA N°. 41 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO.

ADMINISTRATIVO	
NOMBRE DEL PUESTO	CANTIDAD
Gerente Administrativo/Comercial	1
Secretaria/Contadora	1
OPERATIVO	
NOMBRE DEL PUESTO	CANTIDAD
Jefe Operativo/Control de Calidad	1
Obrero	1

5.6.1.8.2 Manual de Funciones:

Identificación del puesto.

Nombre del puesto:	Gerente Administrativo/Comercial
Unidad:	Administrativa
Supervisa:	Jefes departamentales.
Reporta:	Junta de Socios.
Coordina con:	Secretaria/Contadora Jefe Control de Calidad, Obreros.

Perfil requerido.

- Educación formal: Ingeniero en Comercio Exterior, Administración de empresas.
- Experiencia: mínima de 1 año.

Misión del puesto.

El Gerente Administrativo/Comercial será el representante legal de la compañía en todos los actos judiciales y extrajudiciales; responsable de administrar estratégicamente toda clase de organizaciones nacionales e internacionales, en las áreas de: comercialización, operaciones de aduana, envíos del producto, planes de negocio, investigación de mercados.

Funciones y responsabilidades.

- Dirigir la elaboración del Plan Estratégico de la empresa.
- Realizar y poner a consideración de los Socios el Plan Operativo Anual.
- Remover a cualquier funcionario de los siguientes niveles: Operativo y de Apoyo al encontrar actos dolosos, de mala fe o que vayan en contra de la ética o moral.
- Entregar los documentos al Agente de Aduanas para el respectivo ingreso en el sistema ECUAPASS.
- Hacer seguimiento electrónico de los trámites en el sistema de la aduana.

Competencias laborales.

- Trabajo en equipo.
- Ser objetivo, actitud de líder.
- Tener don de mando.
- Iniciativa propia.
- Capacidad de toma de decisiones.
- Verificar documentos para la exportación.
- Tener contacto con el transportista de la carga.

Identificación del puesto.

Nombre del puesto:	Secretaria/Contadora
Unidad:	Administrativa
Reporta:	Gerente Administrativo/Comercial
Coordina con:	Jefe de Control de Calidad. Obrero

Perfil requerido.

- Educación formal: Licenciada en secretariado ejecutivo bilingüe con conocimientos de contabilidad.
- Experiencia: mínima de 1 año.

Misión del puesto.

Elaborar en forma eficiente, eficaz y transparente los estados financieros consolidados de acuerdo a los principios, normas y procedimientos contables para su adecuada interpretación y análisis financiero.

Se desarrollará de forma oportuna para que sirva de instrumento de gestión en la toma de decisiones de la dirección de la empresa.

Funciones y responsabilidades.

- Controla los ingresos, desembolsos y autoriza los mismos.
- Organizar la administración de la empresa y responsabilizarse por su normal funcionamiento.

- Es agente de relaciones públicas, mantiene contacto directo con el personal y los clientes.
- Presenta informes administrativos y balances semestrales al Gerente.
- Recepción y revisión de documentos.
- Reclutar solicitudes de clientes.
- Hacer y recibir llamadas telefónicas.

Competencias laborales.

- Relaciones humanas.
- Administradora del tiempo.
- Aplicar sus conocimientos de forma crítica en el análisis e interpretación de resultados financieros.
- Fundamentar la toma de decisiones, basadas en el análisis de la información financiera.
- Manejo de programas y archivo.
- Iniciativa y discreción.

Identificación del puesto.

Nombre del puesto:	Jefe Operativo/Control de Calidad
Unidad:	Operativa
Supervisa:	Obrero.
Trabaja con:	Gerente Administrativo/Comercial

Perfil requerido.

- Educación formal: Técnico en control de calidad, alimentos.
- Experiencia: mínima de 1 año.

Misión del puesto.

Coordinar las actividades necesarias para garantizar que se cumplan los estándares internacionales y apoyar al obrero en los diferentes procesos operativos, productivos y logísticos. El objetivo principal es asegurarse que la carne de cuy cumpla con los requisitos internos y externos de exportación.

Funciones y responsabilidades.

- Responsable de la calidad e inocuidad en la transformación del producto y de los aspectos ambientales de la operación.
- Responsable del control de los insumos con que se elaboran los productos terminados.
- Responsable del cuidado y mantenimiento de los materiales y equipos de la planta.

Competencias laborales.

- Establecer los procesos de gestión de calidad.
- Cumplimiento de metas propuestas.
- Realizar el seguimiento de aspectos y programas de gestión ambiental.
- Verificar el cumplimiento de buenas prácticas de manufactura del producto.
- Entrenar al personal a su cargo e informar a la gerencia los planes de mejora en su área.

Identificación del puesto.

Nombre del puesto:	Obrero.
Unidad:	Operativa
Reporta:	Jefe Operativo/Control de Calidad
Coordina con:	Gerente. Jefe Operativo/Control de Calidad

Perfil requerido.

- Educación formal: Bachiller técnico en ciencias agropecuarias.
- Experiencia: mínima de 1 año en trabajos similares.

Misión del puesto.

Responsables del proceso productivo empleando cuidadosamente la materia prima, los medios y las técnicas a su alcance. Serán los encargados de asegurar la producción según lo establecido y mantener en óptimas condiciones las instalaciones de trabajo.

Funciones y responsabilidades.

- Informar a la gerencia los problemas en cuanto a la producción.
- Cumplir puntualmente con los pedidos realizados.
- Realizar otras actividades dispuestas por la Gerencia u organismos directivos, de acuerdo al ámbito de su competencia.

Competencias laborales.

- Manejo de materia prima.
- Manejo de insumos, maquinaria, herramientas y materiales.

5.6.2 Plan Logístico.

La logística es el proceso mediante el cual las empresas se encargan de realizar diferentes actividades encaminadas a la satisfacción del cliente, situando los productos que ellos demandan en los tiempos, plazos, condiciones y lugares preestablecidos a menores costos. (Mora, L. 2011, p. 29).

Las empresas transforman materiales en objetos terminados que necesitan ser enviados a sus tiendas en todo el mundo, para que los clientes tengan pleno acceso a ellos. Este proceso también se considera dentro de la Cadena de Valor, que se encarga de establecer mecanismos idóneos para el transporte de origen a destino. (Mora, L. 2011, p. 38).

5.6.2.1 Distribución Física Internacional.

Es el conjunto de operaciones relacionadas con el movimiento de mercancías desde los proveedores, hasta el consumidor final:

“En esta etapa, se debe planificar, implementar y controlar el flujo y almacenamiento eficiente y a un coste efectivo de las materias primas, inventarios en proceso, de productos terminados e información relacionada desde los puntos de origen hasta los de consumo; con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes”. (Mora, L. 2011, p. 27-28).

5.6.2.2 Información General del Embarque.

A continuación se detalla información específica que se debe tener en cuenta a la hora de la exportación del producto desde origen hacia destino:

TABLA N°. 42 INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO

Nombre técnico o comercial del producto	Carne de Cuy Envasado al Vacío
Posición arancelaria en el país exportador	0208.90.00.00
Posición arancelaria en el país importador	0208.90.91.00
Unidad comercial de venta	Kilogramos
Moneda de transacción.	Dólar de los EE.UU.
Valor Ex-Work de la unidad comercial.	USD 11,50
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Quito.
País de destino	Estados Unidos
Ciudad de punto de destino	Nueva York
Nº de unidades comerciales por embarque	505 Kg.
Valor inicial del embarque (EXW)	USD 5.807,5
Tipo de embalaje	Cajas
Tipo de unidad de carga	Pallet
Nº Total de embalajes	25
Nº Total de unidades de carga	1
Frecuencia de envíos al año	12 envíos al año (mensual).
INFORMACION ADICIONAL	
Término de negociación	DAT-New York
Forma de pago	Giro Directo
Crédito	NO
Tipo de Cambio	1,000
% Tasa de seguro	1,50%
% Tasa Pasiva de Interés anual	5,14%
Tasa promedio inflación anual	4,11%
Inflación anual país destino	2,13%

5.6.2.3 Tipo de Carga:

La carga es un bien mueble dispuesto para ser trasladado de un punto a otro sin alterar sus características, estas pueden ser:

- Carga general.
- Carga a granel.
- Carga especial.
- Carga contenedorizada.

5.6.2.3.1 Carga General.

Para precautelar un adecuado manejo de la carne del cuy se la ha clasificado como "Carga General" porque se puede transportar conjuntamente en

pequeñas cantidades y en unidades independientes. La principal característica es que se pueden contabilizar y manipular como unidades. (Mora, L. 2011).

5.6.2.4 Naturaleza de la Carga:

5.6.2.4.1 Carga Perecedera.

Este tipo de cargas están dadas por el especial cuidado de su manipulación y por las condiciones como el peso, el grado de conservación y requieren un especial trato en su almacenamiento. (Mora, L. 2011, p. 170).

La carne del cuy tiende a sufrir una degeneración normal, causada por el paso del tiempo y la existencia de microorganismos presentes en el medio ambiente, y debe ser refrigerada a determinados grados de temperatura constante.

Para su preservación, se empleará el envasado al vacío como un mecanismo de prolongación de la calidad del producto, que conjuga la preservación del producto en la cadena de frío desde origen hasta destino.

5.6.2.5 Preparación de la Carga:

La actividad exportadora involucra una serie de actividades y requisitos en el empaque y embalaje de los productos, para garantizar que lleguen en buen estado a su destino final.

Los materiales para la preparación y acondicionamiento de las cargas, se deben seleccionar dependiendo del tipo de producto y sus condiciones externas para la prolongación de su vida útil.

5.6.2.5.1 Envase.

El envase protege y sirve como medio de manipulación del producto, el cual debe identificarlo correctamente ajustándose a las necesidades del consumidor. (Escudero, M. 2013, p. 210).

El envase hermético (al vacío) es el más apropiado para la carne del cuy, porque es más práctico, manejable y de bajo costo. Impide la formación de

bacterias y microorganismos que pueden alterar la vida útil del producto por la presencia de aire. (Escudero, M. 2013, p. 218).


Las dimensiones de los envases son: 25 cm ancho x 30 cm de largo x 5 cm de alto.

5.6.2.5.2 Etiquetado.

En la etiqueta principal se detalla la información básica del producto, especificando el lugar de procedencia y destino, propiedades nutricionales, código de barras, precios de venta, número de unidades, numero de autorización sanitaria y en general, toda la información que el cliente necesita saber, según lo establecido en la Norma Técnica Ecuatoriana. (INEN, 2014).


ILUSTRACIÓN N°. 6 ETIQUETADO DEL PRODUCTO.

CUYES "L&B" CÍA. LTDA.



GUINEA PIGS FROZEN VACUUM PACKED:
Nutrition Facts:

Componente	Cuy
Humedad	70.60
Proteínas	20.30
Grasas	7.83
Minerales	0.80



Produced and Exported by:
Lenin Burbano López.
RUC: 0400695581-001
Telephone number: (593-6) 228-7721
E-mail: ventas@cuyeslyb.com
Street address: Gran Colombia y Simón Bolívar avenue.
Ecuadorian product for export to U.S.A
Bolívar-Carchi-Ecuador
Maximum consumer time: 12 months
Storage conditions: Save freezer to -7 °C.
P.V.P: USD 15,97
Health number: 15792-INHQAN-1336
Net weight: 1 Kg

5.6.2.5.3 Embalaje.

Para Mora, L. (2011):

“El embalaje es el conjunto de elementos que permiten agrupar la mercancía para ser manejada como carga y por lo tanto manejada sin temor a ser dañada en el proceso de distribución física desde las instalaciones del productor hasta los almacenes del vendedor (...)”. (p. 168).

Es aconsejable la utilización del embalaje de cartón corrugado puesto que es muy empleado en el transporte de mercancías de poco peso. Tienen un costo reducido y suelen emplearse como embalaje perdido. (López, R. 2010, p. 251).

Este tipo de embalajes resguarda y simplifica el manejo de las unidades, su distribución, almacenamiento e inventario. Además facilita su manipulación, almacenaje y transporte. (Escudero, M. 2013, p. 210).

Las dimensiones de cada caja son: 50 cm de ancho x 60 cm de largo x 25 cm de alto; con una capacidad de 20 unidades.

5.6.2.5.4 Marcado y Rotulado.

Consiste en la impresión directa de rótulos, adhesivos o stickers a un costado visible del empaque, para garantizar su correcta movilización antes, durante y después de la cadena de abastecimiento. (Escudero, M. 2013, p. 209).

Información del producto:

- Nombre común y variedad: Carne de cuy envasada al vacío.
- Tamaño y clasificación: Envases de 1 Kg x 20 unidades.
- Cantidad: 20 unidades.
- Peso neto: 20 Kg.
- Cantidad de envases y peso individual: 20 envases de 1 Kg.
- País de origen: Ecuador.
- Nombre de la marca: CUYES “L&B” Cía. Ltda.
- Nombre y Dirección del empacador: Bolívar, Carchi, Ecuador.
- Información de transporte y manejo: Producto perecible.

5.6.2.5.5 Paletización.

Antes de describir el proceso de paletización, es necesario conocer lo que López, R. (2010) manifiesta sobre el pallet.: “(...) es una plataforma, generalmente de madera, que permite el agrupamiento de mercancías sobre ella, constituyendo una unidad de carga. (p. 251).

La paletización consiste en agrupar y asegurar mercancías de una misma clase con embalaje estandarizado sobre los pallets que generalmente son de madera, formando un solo bulto, listo para ser manipulado con mayor rapidez. (Mora, 2011, p. 169).

La carne de cuy será agrupada en pallets universales cuyas dimensiones son: 1,0 m de ancho x 1,20 m de largo x 0,10 cm de alto, siendo el más utilizado.

Cada pallet apilará un total de 25 cajas de cartón distribuidas en 5 cajas de 5 planchas cada uno. Los pallets serán transportados hacia la terminal aérea en Quito en un vehículo refrigerado.

5.6.2.6 Manipuleo en Origen.

Después que el producto ha sido envasado, empacado y/o embalado, el proceso de distribución física empieza con la operación de manejo de las cargas desde los centros de distribución al medio de transporte.

Las mercancías se cargarán en vehículos apropiados y adecuados con sistema refrigerado, para ser llevados al terminal aéreo para su transporte al punto de destino. (Mora, L. 2011).

5.6.2.7 Transporte Interno.

El Transporte Interno está comprendido entre el punto de fábrica del productor/exportador hasta el centro de embarque para el transporte principal, desde la ciudad de Bolívar hacia la ciudad de Quito.

Para esta operación se debe tomar en cuenta el tipo de mercancía que se está transportando a fin de escoger correctamente el vehículo a utilizar.

5.6.2.8 Manipuleo de Embarque:

Tras la llegada del vehículo a la terminal de carga, se debe embarcar las mercancías al transporte aéreo para su posterior exportación:

5.6.2.8.1 Contenedorización.


El contenedor es el medio empleado para el transporte multimodal, ya que es un recipiente metálico de carácter permanente que se lo puede utilizar muchas veces. En él se introducen las mercancías formando una sola unidad de carga. (López, R. 2010, p. 253).

La Contenedorización por su parte es el método de distribución física que utiliza una unidad de transporte de carga llamado contenedor, el cual permite el traslado de las cargas como una unidad indivisible, segura e inalterable que se llena, vacía y estiba en los puntos de origen y destino del embarque. (MLM Comercio Internacional, 2009).

El contenedor a utilizar en el transporte aéreo internacional es a temperatura regulable Modelo RKN:

TABLA N°. 43 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA UNIDAD DE CARGA.

PESO	VACIO	267 Kg	TIPOS AVION
	PESO MAXIMO	1.588 Kg	B747/A340/A330/B777
MEDIDAS			
LARGO		1.560 mm	
ANCHO		1.530 mm	
ALTO		1.620 mm	
VOLUMEN	3 m3		
CODIGO IATA	LD3		



Fuente: Logística Comercial, 2010.

5.6.2.9 Transporte Internacional.

El transporte aéreo tiene la ventaja de la rapidez en relación a los demás modos de transporte por su dinamismo e integración. Es muy utilizado para el envío de productos perecederos y de alto valor agregado. Se caracteriza por su alto coste y pronto tiempos de entrega internacionales. (Mora, L. 2011).

El envío del producto se realizará por la aerolínea Tame, empresa que ofrece el transporte directo entre las ciudades de Quito y Nueva York, al igual que el arrendamiento de los cuartos fríos y el contenedor RKN para la entrega de productos perecibles. El Costo/Kilo es de USD 1,95:

5.6.2.10 Documentación de Exportación:

5.6.2.10.1 Factura Proforma.

Es un documento que refleja una oferta detallada especificando términos y condiciones de la futura negociación. Son utilizadas especialmente en operaciones de comercio internacional para el cierre de posibles ventas. (Escudero, M. 2013, p. 181).

5.6.2.10.2 Factura Comercial.

Es el documento que acredita legalmente la operación de compraventa realizada o la prestación de servicios. Contiene información relevante como: datos del vendedor y comprador, cantidad y precio de los artículos, condiciones de la negociación, lugar, fecha de entrega, entre otros.

Es importante para el normal ingreso al país de destino y en las operaciones de exportación e importación. (Escudero, M. 2013, p. 180).

5.6.2.10.3 Guía Aérea, (Air Way Bill).

Es el documento de transporte aéreo mediante el cual, la línea encargada se compromete a movilizar las cargas desde el lugar de origen hacia el de destino, según los términos y condiciones del contrato. (Martin, M. 2008, p. 107).

Contiene información como: Nombre del exportador y destinatario; número de vuelo y destino; aeropuerto de salida y de llegada; detalle de la carga: peso, volumen y descripción; costo del flete; número de guía aérea y fecha de emisión.

5.6.2.10.4 Certificado Zoosanitario.

Por cada embarque que el exportador realice, AGROCALIDAD debe realizar una inspección previa del producto para la emisión de un pre-certificado de mercancía, que se canjea después por el certificado definitivo en puertos, aeropuertos y puertos fronterizos.

Requisitos para la obtención del Certificado Zoosanitario:

- Costo: Pre-Certificado USD 50,00.
- Certificado Zoosanitario USD 4,00.
- Se debe obtener un certificado para cada embarque.
- Duración: 90 días.

5.6.2.10.5 Certificado de Origen.

La carne de cuy se libera del pago de las tarifas arancelarias para la exportación hacia Estados Unidos, gracias a los tratados y convenios internacionales, y por pertenecer a la Organización Mundial de Comercio, OMC bajo el principio de la Nación más Favorecida.

(Véase Anexo N^o.09 *Documentación*).

5.6.2.11 Requisitos Previos:

5.6.2.11.1 Firma Digital, Personas Naturales.

- Original de la cédula de identidad y certificado de votación.
- Comprobante de pago de servicios básicos.
- Copia del RUC.
- Ser persona física mayor de edad.
- Cancelar el valor de USD 65 + IVA.
- Enviar el formulario de solicitud firmado y llenado en todos los campos obligatorios (*).
- Presentarse en la entidad que le proporcionó la cita físicamente para la firma del contrato, validación de la identidad y la emisión del certificado.

5.6.2.11.2 Registro en Agrocalidad.

Antes de exportar productos de origen animal, se debe dar cumplimiento con los requisitos sanitarios y de calidad exigidos en los mercados internacionales.

- Copia del RUC.
- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
- Croquis de ubicación de las instalaciones.
- Nombramiento de Representante Legal (Exportador).
- Costo: USD 80,00.
- Vigencia: 2 años renovables.

5.6.2.11.3 Registro en el Sistema Aduanero, ECUAPASS.

Para poder realizar las exportaciones de la carne de cuy hacia Estados Unidos se debe registrar en el portal ECUAPASS, a fin de acceder a los servicios de las diferentes entidades del estado y cumplir los requisitos fiscales. (Véase el Anexo N°.10).

Se deben seguir los siguientes pasos:

- Registrarse ante la SENAE como Exportador de productos alimenticios de origen animal, en el portal ECUAPASS en la opción “Solicitud de Uso”.
- Obtener la Firma Digital (TOKEN) en los sitios autorizados como el Banco Central del Ecuador y Security Data.

5.6.2.11.4 Declaración Juramentada de Origen.

Después del registro en el portal ECUAPASS, el exportador lo hará ante las cámaras de comercio o el MIPRO especificando el tipo de certificado y el mercado de destino.

Mediante la elaboración de esta declaración se puede obtener el certificado que libera del pago de los gravámenes arancelarios en el país de destino y

certifica que un producto es originario de otro de origen, además certifica el compuesto nacional de la oferta exportable.

El exportador deberá ingresar al menú “Ventanilla Única” en la opción “Elaboración de Declaración Juramentada de Origen”, (DJO) y generar la declaración del producto. Este documento tiene una validez de 2 años. (Véase el Anexo N°.11).

5.6.2.12 Agentes.

Agente de Aduana es la persona natural o jurídica autorizada por la SENA E y encargada de elaborar la Declaración Aduanera de Exportación, (DAE) con los datos proporcionados por el Asesor de Comercio exterior de la empresa.(COPCI, 2010, Art. 227).

El Agente de Carga es el encargado de recibir y realizar embarques, consolidar y desconsolidar mercancías y actuar como operador de transporte multimodal. Está autorizado a emitir documentos propios de su actividad.

5.6.2.13 Proceso de Exportación del Producto:

5.6.2.13.1 Proceso de Pre-embarque.

El proceso de la exportación de la carne del cuy continúa con el envío de la DAE al sistema aduanero ECUAPASS. Este procedimiento lo efectúa el agente de aduanas con la información y la documentación del transportista proporcionada por el exportador.

En la DAE deberán constar los siguientes datos básicos:

- Información del declarante o exportador.
- Descripción de las mercancías, tal como está en la factura.
- Información del consignatario.
- Destino de la carga.
- Cantidad.
- Peso.
- Otros relacionados a la mercancía. (SENAE, 2014).

5.6.2.13.2 Proceso de Post-embarque.

Para poder regularizar la DAE ante la SENA, se debe obtener el DAE definitivo mediante un registro electrónico que permite dar por terminada la exportación a consumo.

5.6.2.14 Términos de Negociación Internacional, INCOTERMS.

“(…) definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa”. (PROECUADOR, 2014).

DAT.- (Entregada en Terminal). El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía y asumir los costos de la operación:

“El vendedor deberá contratar el transporte hasta la terminal designada en el puerto o el lugar de destino designado. Si no se llegara a acordar ningún lugar, el vendedor podrá elegir la terminal designada como el puerto u otro lugar de destino designado que mejor le convenga. En éste término se considera que la mercancía está entregada cuando ha llegado al lugar de destino designado (sea éste el puerto o cualquier otro lugar de destino acordado) y posterior a su descarga está a disposición del comprador”. (PROECUADOR, 2014).

El vendedor asume los costos por embalajes específicos que el comprador requiera siempre y cuando conste en el contrato de compraventa.

TABLA N°. 44 INCOTERMS.

CONCEPTO:	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
EXW	5.807,50	6.046,19	6.294,69	6.553,40	6.822,74	7.103,16
Manipulación local del exportador	5,00	5,21	5,42	5,64	5,87	6,12
Unitarización	33,15	34,51	35,93	37,41	38,95	40,55
FCA/FAS	5.845,65	6.085,91	6.336,04	6.596,45	6.867,56	7.149,82
Transporte interno	150,00	156,17	162,58	169,27	176,22	183,47
Manipuleo embarque	25,25	26,29	27,37	28,49	29,66	30,88
Agentes	140,00	145,75	151,74	157,98	164,47	171,23
Documentación	30,20	31,44	32,73	34,08	35,48	36,94
Capital e inventario país de origen	9,20	9,58	9,98	10,39	10,81	11,26
Bancarios	29,23	30,51	31,84	33,23	34,68	36,20
FOB	6.229,53	6.485,64	6.752,28	7.029,88	7.318,90	7.619,79
Flete Internacional	984,75	1.025,22	1.067,36	1.111,23	1.156,90	1.204,45
CFR	7.214,28	7.510,87	7.819,64	8.141,11	8.475,80	8.824,24
Seguro Internacional	108,21	112,66	117,29	122,11	127,13	132,36
CIF	7.322,50	7.623,53	7.936,93	8.263,22	8.602,93	8.956,60
Capital e inventario tránsito internacional	3,40	3,54	3,68	3,83	3,99	4,16
Manipuleo desembarque	5,00	5,21	5,42	5,64	5,87	6,12
DAT	7.330,89	7.632,27	7.946,04	8.272,70	8.612,79	8.966,87

5.6.2.15 Resumen de Costos y Gastos de la DFI.

Mediante el detalle de todos y cada uno de los gastos y costos de la Distribución Física Internacional, se puede llegar a obtener el Precio Final de Venta del producto en el mercado de destino:

TABLA N°. 45 COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION POR EMBARQUE

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Envase	132	0,50
Empaque	71	0,50
Unitarización	33	0,20
Manipuleo en el local del exportador	5	0,08
Documentación	30	0,81
Transporte interno	150	1,00
Manipuleo embarque	25	0,10
Agentes	140	0,25
COSTOS INDIRECTOS PAIS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	29	0,13
Capital e inventario país de origen	9	3,58
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	626	3,58
Valor Ex-Work	5.808	1,00
Valor FCA	5.846	2,33
Valor FOB	6.230	3,58
ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
Flete Internacional	985	1,00
Valor CFR	7.214	4,58
Seguro Internacional	108	0,25
Valor CIF	7.322	4,83
Manipuleo desembarque	5	2,00
COSTOS INDIRECTOS		
Capital e inventario	3,40	3,25
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	1.101	3,25
VALOR DAT	7.331	6,83
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACION		
Valor DAT	7.331	6,83
Precio (c/u) en país de destino	14,52	
Margen de ventas (10%)	1,45	
PRECIO DE VENTA UNITARIO	15,97	

5.6.2.16 Forma de Pago.

Es el mecanismo utilizado en las negociaciones internacionales para asegurar el pago de los bienes exportados.

Según Guerrero, D. (2011): "El Giro Directo es un mecanismo de pago en divisas que se realiza entre Bancos mediante transferencia electrónica de fondos, por parte del comprador a favor del vendedor con residencia en el Ecuador". (p. 177).

El importador autoriza a su banco a emitir un anticipo del giro en favor del exportador, para que este realice el embarque de las mercancías con la documentación en un plazo preestablecido. Una vez receptada la mercancía se autoriza el giro por el saldo a favor del exportador.

5.6.2.17 Comercialización del producto:

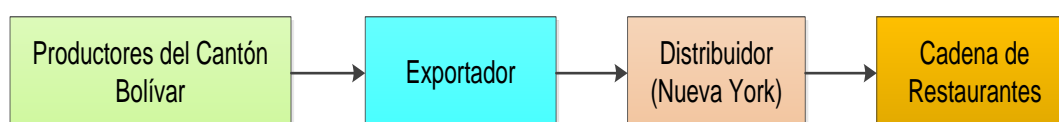
La comercialización es la actividad que permite a los productores hacer llegar los bienes o servicios a los clientes finales con los beneficios de tiempo y lugar. (Baca Urbina, 2013, p. 64).

5.6.2.17.1 Canales de Distribución Internacional.

El Canal de Distribución es la ruta que el producto toma para pasar del productor al consumidor final, aunque es prácticamente imposible que no pase por manos del intermediario. Es posible que las mercancías no puedan llegar a su destino final sin tener que pasar por manos de estos actores. (Baca Urbina, 2013, p. 65).

Es importante conocer las diferentes etapas por las que la carne de cuy deberá pasar, hasta llegar al consumidor en el mercado de destino:

ILUSTRACIÓN N°. 7 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL.



1. Productores del Cantón Bolívar: Son los principales abastecedores de la materia prima.
2. El exportador es la persona encargada de la cadena de valor en Ecuador, mediante el procesamiento y exportación del producto final. Se encargara de efectuar los envíos del producto, cumpliendo con los plazos y términos acordados.
3. Distribuidor en la ciudad de Nueva York: Se trata de un contacto directo entre la empresa y los restaurantes. Es el encargado de efectuar las operaciones en aduana; recepción, distribución y cobro de los pedidos.

4. Restaurantes: Se trata del mercado meta y por intermedio de ellos se atenderá un segmento de la demanda de los inmigrantes latinos.

5.6.3 Estudio Económico y Financiero.

5.6.3.1 Inversión Inicial.

La inversión inicial consiste en destinar recursos para la adquisición de activos fijos o tangibles, diferidos o intangibles y suministros del proyecto para iniciar las operaciones de la empresa. (Baca Urbina, 2013, p. 175).

Es necesario tener suficiente liquidez para hacer frente a compromisos adquiridos como: el pago de sueldos, suministros, materia prima, equipos, obligaciones bancarias, entre otros pasivos; hasta que el proyecto por sí mismo empiece a aportar fondos.

5.6.3.2 Costos de Producción.

Los costos de producción resumen el aprovechamiento de los materiales, insumos y mano de obra requerida para que la línea de procesamiento no se detenga y mantenga su funcionamiento.

5.6.3.3 Activos Fijos Tangibles e Intangibles.

5.6.3.3.1 Activos Fijos Tangibles:

Son todos aquellos bienes que se utilizarán en procesos futuros de transformación de los insumos de propiedad de la empresa y que servirán de apoyo en la operación normal de proyecto y la obtención de ingresos económicos. (Baena, D. 2010, p. 32).

Entre ellos tenemos los siguientes:

5.6.3.3.1.1 Maquinaria y Equipos.

Son bienes tangibles que integran el capital de la compañía y están destinados para tres usos fundamentales:

- La utilización o usufructo para beneficio de la empresa.

- El procesamiento de insumos y materiales en artículos terminados.
- La prestación de servicios a la compañía, al cliente o al público.

Entre ellos tenemos los siguientes:

TABLA N°. 46 MAQUINARIA Y EQUIPOS.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquina peladora	1	500	500
Máquina de envasado al vacío	1	350	350
Congelador (Cap. Max. 250 Kg).	2	300	600
Cocina industrial	1	150	150
Cilindro de gas	2	35	70
TOTAL:			1.670

5.6.3.3.1.2 Muebles y Enseres.

Se consideran en esta cuenta a los escritorios, sillas, mesas, libreros, mostradores, etc. En ella están inmersas las entradas y salidas de efectivo por la compra y venta de este tipo de artículos necesarios para que las áreas tanto administrativa como operativa funcionen con normalidad y comodidad. (Granados, I. 2009).

TABLA N°. 47 MUEBLES Y ENSERES.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	3	75	225
Silla giratoria	7	57	399
Silla de espera de 4 personas	2	100	200
Archivador	2	85	170
TOTAL:			994

5.6.3.3.1.3 Herramientas y Utensilios.

Son los recursos empleados por los operarios de la planta, principalmente en la transformación de la materia prima en productos con valor:

TABLA N°. 48 HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Ollas de aluminio 32 litros.	3	32	96
Mesa de acero	2	150	300
Cuchillos inoxidables	8	5	40
Gavetas plásticas	15	7	105
TOTAL:			541

5.6.3.3.1.4 Equipos de Oficina.

En esta cuenta se registra el ingreso y salida de equipos necesarios para el desarrollo de las actividades de los trabajadores, en especial del área administrativa:

TABLA N°. 49 EQUIPOS DE OFICINA.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Calculadora	1	15	15
Fax	1	45	45
Teléfono	2	37	74
TOTAL:			134

5.6.3.3.1.5 Equipos de Computación.

Están los recursos informáticos como hardware y software empleados por la empresa para realizar procesos operativos, productivos y administrativos. Se presentan de la siguiente manera:

TABLA N°. 50 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	2	500	1.000
Impresora multifunción	1	150	150
TOTAL:			1.150

5.6.3.3.2 Activos Fijos Intangibles:

De acuerdo a Guajardo, G. (2005): "Representan costos que se incurren o derechos o privilegios que se adquieren con la intención de aportar beneficios específicos a las operaciones de la entidad durante periodos que se extienden más allá de aquel en que fueron incurridos". (p. 296).

5.6.3.3.2.1 Gastos de Constitución.

Son los gastos que no tienen una naturaleza física, es decir que no se pueden ver ni tocar y tienen carácter de activo monetario, pero colaboran a la generación de ingresos a la empresa. Se deben incurrir de forma obligatoria para poder crear una empresa desde cero.

TABLA N°. 51 GASTOS DE COSTITUCIÓN.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Investigación	1	400	400
Diseños	1	400	400
Registro Agrocalidad	1	80	80
Certificados zoosanitario	1	50	50
Firma Electrónica	1	73	73
Patente Municipal	1	20	20
TOTAL:			1.023

5.6.3.4 Resumen de la Inversión Inicial.

Se presenta en resumen, los distintos rubros en que se deberá invertir para empezar las operaciones.

TABLA N°. 52 INVERSIÓN INICIAL.

CONCEPTO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
1. Maquinaria y equipos	1.670
2. Muebles y enseres	994
3. Herramientas y utensilios	541
4. Equipos de oficina	134
5. Equipos de computación	1.150
TOTAL:	4.489
ACTIVOS INTAGBILES	
1. Gastos de constitución	1.023
CAPITAL DE OPERACIÓN	14.564
INVERSION TOTAL:	20.075

5.6.3.5 Materia Prima:

La materia prima es la substancia, elemento o componente necesarios para la obtención de un producto terminado dentro de un proceso de transformación, que se encuentra incorporado o contenido total o parcialmente. (Luna Osorio, 2008, p. 239).

5.6.3.5.1 Materia Prima Directa.

Se refiere a todos los elementos cuantificables e identificables que se transforman e incorporan en el producto final, incluyendo una serie de elementos o subproductos, que con su procesamiento permitirán la obtención del nuevo artículo. (Baena, D. 2010, p. 45).

La materia prima empleada en la empresa es el cuy en pie, el cual será procesado para su envasado y exportación:

TABLA N°. 53 MATERIA PRIMA DIRECTA.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuyes en pie	6.060 cuyes vivos	6,00	36.360
TOTAL:			36.360

5.6.3.5.2 Materia Prima Indirecta.

Facilitan la obtención del producto terminado. El envasado de la carne de cuy demanda de la utilización de recursos indirectos que de manera conjunta permiten obtener el bien deseado. Estos son envases, embalajes, etiquetas, combustibles, entre otros. (Baena, D. 2010, p. 50).

TABLA N°. 54 MATERIALES INDIRECTOS.

1. ENVASE								
DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	CANTIDAD	COSTO TOTAL USD	TIEMPO EN DÍAS	RR.HH.	COSTO X TRABAJADOR	COSTO DE MANO DE OBRA	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD
Fundas de polietileno	0,25	505	126	1	1	12	6	132,25
TOTAL:								132,25
2. EMPAQUE/EMBALAJE/MARCADO								
DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	CANTIDAD	COSTO TOTAL USD	TIEMPO EN DÍAS	RR.HH.	COSTO X TRABAJADOR	COSTO DE MANO DE OBRA	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD
Cajas de cartón	0,35	25	9	1	1	12	6	14,75
Etiquetas	0,10	505	51		1	12	6	56,50
TOTALES								71,25
3. PALLET/ZUNCHOS								
DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	CANTIDAD	COSTO TOTAL USD	TIEMPO EN DÍAS	RR.HH.	COSTO X TRABAJADOR	COSTO DE MANO DE OBRA	COSTO TOTAL DE OPERACIÓN USD
Pallet	16,50	1	16,50	0,20	1	12	2,40	18,90
Zunchos	2,25	1	2,25		1	12	12,00	14,25
TOTAL 1+2+3:								33,15
TOTAL 1+2+3:								236,65

5.6.3.6 Mano de Obra:

Es uno de los elementos del costo y representa la fuerza física o intelectual que realizan los trabajadores con el objeto de transformar insumos y materia prima en artículos con valor para el cliente. (Zapata, P. 2011, p. 97).

5.6.3.6.1 Mano de Obra Directa.

Es la fuerza laboral utilizada para extraer, producir o transformar la materia prima en un bien final. Esta partida involucra las remuneraciones, beneficios sociales, aportes a la seguridad social, sueldos adicionales, comisiones entre otros que perciben los trabajadores de la empresa. (Baena, D. 2010, p. 66).

TABLA N°. 55 MANO DE OBRA DIRECTA.

AÑO 2015	Nº EMPLEADOS	S.B.U	SUELDO ANUAL	10º CUARTO	10º TERCERO	VACACIONES	APORTE PERSONAL (9,45%)	TOTAL ANUAL
Obrero	1	354	4.248	354	354	177	401	5.961
TOTAL:								5.961

5.6.3.6.2 Mano de Obra Indirecta.

Este tipo de mano de obra no participa directamente en la producción ni transformación de la materia prima, ya que se encuentra compuesta por los trabajadores de las áreas administrativas de la empresa. Perciben iguales beneficios que los anteriores trabajadores. (Baena, D. 2010, p. 76).

TABLA N°. 56 MANO DE OBRA INDIRECTA.

AÑO 2015	Nº EMPLEADOS	S.B.U	SUELDO ANUAL	10º CUARTO	10º TERCERO	VACACIONES	APORTE PERSONAL (9,45%)	TOTAL ANUAL
Jefe de Calidad	1	400	4.800	354	400	200	454	6.689
TOTAL:								6.689

5.6.3.7 Servicios Básicos.

Son todos los gastos para cubrir las necesidades de energía eléctrica, agua potable, teléfono, internet necesarios para operar con normalidad. Entre ellos se destaca el costo de cada uno dentro de la empresa:

TABLA N°. 57 SERVICIOS BÁSICOS.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Agua potable	12	15	180
Energía eléctrica	12	20	240
Teléfono e internet	12	23	276
TOTAL:			696

5.6.3.8 Útiles de Aseo y Seguridad.

Son necesarios para cuidar y mantener las instalaciones de la planta siempre limpias y en condiciones de asepsia, debido a las operaciones que se desarrollarán en la planta. Los implementos de seguridad deben garantizar la integridad física de los trabajadores.

TABLA N°. 58 ÚTILES DE ASEO Y SEGURIDAD.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Suministros de limpieza	12	18	216
Útiles de aseo	12	10	120
Mandiles para obreros	10	8	80
TOTAL:			416

5.6.3.9 Gastos en Ventas (Exportación).

Para desarrollar los pasos de la Distribución Física Internacional del producto hasta llegar al mercado de destino, según el acuerdo pactado entre comprador y vendedor. Todos estos gastos están resumidos a continuación:

TABLA N°. 59 GASTOS DE EXPORTACIÓN

GASTOS DE EXPORTACIÓN	TOTAL
CONCEPTO	AÑO 2015
País de Origen	5.064
Tránsito Internacional	13.156
País de Destino	60
TOTAL:	18.280

5.6.3.10 Gastos Administrativos.

Son todos aquellos gastos que se incurren en el manejo y dirección de la empresa. Se generan en las dependencias donde el personal administrativo desempeña sus actividades.

TABLA N°. 60 GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS			TOTAL
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	AÑO 2015
Arriendos	12	300	3.600
Suministros de oficina	12	15	180
Depreciación gastos administrativos	-	-	-
Amortización gastos de constitución	-	-	-
TOTAL:			3.780

TABLA N°. 61 SUELDOS Y SALARIOS.

AÑO 2015	Nº EMPLEADOS	S.B.U	SUELDO ANUAL	10º CUARTO	10º TERCERO	VACACIONES	APORTE PERSONAL (9,45%)	TOTAL ANUAL
Gerente	1	500	6.000	354	500	250	567	8.273
Secretaria	1	400	4.800	354	400	200	454	6.689
TOTAL:								14.962

5.6.3.11 Capital de Operación.

Consiste en la diferencia existente entre el activo circulante y el pasivo circulante con el que la empresa debe contar para que empiece a operar con normalidad, puesto que se debe financiar la producción, la materia prima y la mano de obra encargada del procesamiento y transformación de insumos en el corto plazo y su supervivencia en el tiempo. (Baca Urbina, 2013, p. 177).

TABLA N°. 62 CAPITAL DE OPERACIÓN.

DETALLE	BIMENSUAL
Materiales directos	6.060
Materiales indirectos	39
Mano de obra directa	993
Mano de obra indirecta	1.115
Servicios básicos	116
Útiles de aseo y seguridad	69
TOTAL GASTOS DE PRODUCCIÓN	8.393
GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.124
GASTOS DE EXPORTACIÓN	3.047
TOTAL:	14.564

5.6.3.12 Financiamiento.

El proyecto requiere de un crédito de USD 20.075 que será obtenido en la Cooperativa Pablo Muñoz Vega, a una tasa activa de interés anual del 10,50% y representa el 30% de la inversión, mientras que el 70% restante será financiado con recursos propios:

TABLA N°. 63 INVERSIÓN INICIAL.

CONCEPTO	VALOR
Inversión Fija	4.489
Capital de Operación	14.564
Gastos de Constitución	1.023
TOTAL:	20.075

TABLA N°. 64 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.

CONCEPTO	PARTICIPACIÓN	VALOR
Accionistas	70%	14.053
Institución Financiera	30%	6.023
TOTAL:	100%	20.075

5.6.3.13 Depreciaciones y Amortizaciones:

5.6.3.13.1 Depreciación de Activos Fijos.

Se trata del desgaste normal que sufre el capital fijo con los años por las operaciones normales en el proceso productivo, que necesariamente necesitan ser repuestos para mantener la capacidad operativa. A medida que se van deteriorando los activos, disminuye el valor y se carga al gasto denominado depreciación. (Guajardo, G. 2005, p. 290).

TABLA N°. 65 DETALLE DE DEPRECIACIONES.

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	% DEPREC
Maquinaria y Equipo	1.670	10	10%
Muebles y Enseres	994	10	10%
Herramientas y utensilios	541	3	33%
Equipo de oficina	134	10	10%
Equipo de computación	1.150	3	33%

TABLA N°. 66 MAQUINARIA Y EQUIPOS.

AÑO	VALOR DEPRECIADO	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
0			1.670
1	167	0,10	1.503
2	167	0,10	1.336
3	167	0,10	1.169
4	167	0,10	1.002
5	167	0,10	835
6	167	0,10	668
7	167	0,10	501
8	167	0,10	334
9	167	0,10	167
10	167	0,10	0
MUEBLES Y ENSERES			
AÑO	VALOR DEPRECIADO	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
0			994
1	99	0,10	895
2	99	0,10	795
3	99	0,10	696
4	99	0,10	596
5	99	0,10	497
6	99	0,10	398
7	99	0,10	298
8	99	0,10	199
9	99	0,10	99
10	99	0,10	0
HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS			
AÑO	VALOR DEPRECIADO	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
0			541
1	180	0,33	361
2	180	0,33	180

3	180	0,33	0
EQUIPO DE OFICINA			
AÑO	VALOR DEPRECIADO	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
0			134
1	13	0,10	121
2	13	0,10	107
3	13	0,10	94
4	13	0,10	80
5	13	0,10	67
6	13	0,10	54
7	13	0,10	40
8	13	0,10	27
9	13	0,10	13
10	13	0,10	0
EQUIPO DE CÓMPUTO			
AÑO	VALOR DEPRECIADO	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
0			1.150
1	383	0,33	767
2	383	0,33	383
3	383	0,33	0

5.6.3.13.2 Amortizaciones:

Casparri, M. (2009): “Las inversiones en maquinaria herramientas e instrumentos de trabajo (...) van perdiendo valor económico por su desgaste o deterioro normal. A esta pérdida se le denomina amortización o depreciación”. (p. 53).

5.6.3.13.2.1 Amortización Gastos de Constitución.

Los activos fijos, bienes muebles e inmuebles y demás herramientas y utensilios pierden valor en el tiempo con el uso. Los activos diferidos no se deprecian sino que se amortizan anualmente con el fin de recuperar la inversión.

TABLA N°. 67 GASTOS DE CONSTITUCIÓN.

AÑO	VALOR	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
0			1.023
1	205	0,20	818
2	205	0,20	614
3	205	0,20	409
4	205	0,20	205
5	205	0,20	0

5.6.3.13.2.2 Amortización de la Deuda.

El pago de la deuda se lo debe hacer de acuerdo a la tabla a continuación, donde se detalla el monto del capital, la tasa de interés anual por parte de la Cooperativa Pablo Muñoz Vega, las cuotas mensuales y el número de meses:

TABLA N°. 68 INFORMACIÓN DE LA DEUDA.

Monto	6.023
Tasa Anual	10,50%
Tasa Mensual	0,0088
Plazo	36
Cuota	196

TABLA N°. 69 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.

NO.	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
0				6.023
1	143	53	196	5.880
2	144	51	196	5.735
3	146	50	196	5.590
4	147	49	196	5.443
5	148	48	196	5.295
6	149	46	196	5.145
7	151	45	196	4.995
8	152	44	196	4.843
9	153	42	196	4.689
10	155	41	196	4.534
11	156	40	196	4.378
12	157	38	196	4.221
13	159	37	196	4.062
14	160	36	196	3.902
15	162	34	196	3.740
16	163	33	196	3.577
17	164	31	196	3.413
18	166	30	196	3.247
19	167	28	196	3.080
20	169	27	196	2.911
21	170	25	196	2.741
22	172	24	196	2.569
23	173	22	196	2.395
24	175	21	196	2.221
25	176	19	196	2.044
26	178	18	196	1.866
27	179	16	196	1.687
28	181	15	196	1.506
29	183	13	196	1.324
30	184	12	196	1.139
31	186	10	196	954
32	187	8	196	766
33	189	7	196	577
34	191	5	196	386
35	192	3	196	194
36	194	2	196	0

5.6.3.14 Costo de Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.

Para la conformación de la compañía el capital con que se iniciará las actividades proviene de dos fuentes: Personas físicas (inversionistas) e instituciones de crédito (bancos). Como se trata de una aportación entre personas físicas y bancos, cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital aportado llamado tasa de rendimiento. (Baca Urbina, 2010, p. 183-186).

Para ello se debe calcular inicialmente la tasa de descuento o costo del capital para establecer el mínimo rendimiento que obtendría el proyecto:

TABLA N°. 70 COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO.

RECURSOS	PARTICIPACIÓN	COSTO	TASA REFERENCIAL	TOTAL
Accionistas	14.053	0,70	(14,90%) 0,1490	0.1043
Institución Financiera	6.023	0,30	(10,50%) 0,105	0,0315
TASA DE DESCUENTO:				0,1358

La tasa mínima de descuento o costo del capital que la compañía debería ganar es del 13,58% para poder pagar a los inversionistas el 14,90% y a la institución financiera el 10,50%.

5.6.3.15 Estados Financieros:

Reflejan la verdadera situación económica y financiera de la empresa en una fecha o periodo determinado. Su información es de mucha importancia para los inversionistas, gerentes, accionistas y acreedores ya que se encuentran directamente vinculados con el negocio. (Zapata, P. 2011, p. 29).

5.6.3.15.1 Balance General.

Proporciona información financiera y contable de la empresa de lo que debe, de lo que le deben y de lo que verdaderamente posee un momento dado. Su estructura está compuesta por los activos, pasivos y el patrimonio neto de la organización y ayuda a evaluar la información de desempeño de producción de ingresos durante un periodo. (Estupiñán, O. 2010, p. 52).

TABLA N°. 71 BALANCE GENERAL.

ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORTO PLAZO	
Bancos	14.564	Deudas <1 Año	-
Total Activos Corrientes	14.564	Total Pasivos Corto Plazo	-
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificaciones	-	Préstamos Bancarios	6.023
Maquinaria y equipos	1.670	Total Pasivos Largo Plazo	6.023
Muebles y enseres	994		
Herramientas y utensilios	541		
Equipos de oficina	134		
Equipo de computo	1.150	Total Pasivos	6.023
Total Activos Fijos	4.489		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	1.023	Capital Social	14.053
Total Activos Diferidos	1.023	Total Patrimonio	14.053
Total Activos	20.075	Total Pasivo + Patrimonio	20.075

5.6.3.15.2 Estado de Resultados.

Muestra de forma ordenada y detallada los resultados obtenidos en el ejercicio económico por las actividades ordinarias y extraordinarias de la empresa. El monto existente entre los ingresos y los egresos contables se le denomina resultado, el cual puede ser positivo o negativo. Si es positivo se denomina utilidad, y si es negativo se le denomina pérdida. (Guajardo, G. 2005, p. 376).

TABLA N°. 72 ESTADO DE RESULTADOS.

DETALLE	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Ventas Brutas (USD)	96.902	104.623	110.827	117.497	124.817	132.872
Cantidad (Kg.)	6.060	6.132	6.204	6.277	6.351	6.426
Precio unitario	15,99	17,06	17,86	18,72	19,65	20,68
- Costo de Ventas	50.359	53.254	56.357	59.677	63.249	67.085
Utilidad Bruta en Ventas	46.544	51.369	54.470	57.819	61.569	65.786
- Gastos Operacionales	37.023	40.222	42.928	45.859	49.039	52.490
Gastos Administrativos	18.742	21.190	23.113	25.231	27.562	30.130
Gastos de Exportación	18.281	19.032	19.814	20.629	21.476	22.359
Utilidad Operacional	9.521	11.146	11.542	11.960	12.530	13.297
- Gastos Financieros	-	547	349	128	-	-
Interés Bancario	-	547	349	128		
Utilidad antes de trabajadores	9.521	10.599	11.194	11.832	12.530	13.297
- 15% Particip. Trabajadores	1.428	1.590	1.679	1.775	1.880	1.994
Utilidad Antes de Impuestos	8.093	9.009	9.515	10.057	10.651	11.302
- 22% Impuesto a la Renta	1.780	1.982	2.093	2.213	2.343	2.486
Utilidad Neta	6.312	7.027	7.421	7.844	8.307	8.816

5.6.3.15.3 Flujo Neto de Efectivo.

El Flujo Neto de Efectivo es un indicador financiero que representa la diferencia entre los ingresos y los gastos que podrán obtenerse por la

ejecución del proyecto durante su vida útil y es la base del análisis de la factibilidad financiera del proyecto. (Casparri, M. 2009, p. 19).

Ofrece la posibilidad de evaluar económicamente la rentabilidad del proyecto con fondos propios y la capacidad de financiar una nueva inversión:

TABLA N°. 73 FLUJO DE EFECTIVO NETO.

ENTRADAS DE EFECTIVO	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Utilidad Neta		7.027	7.421	7.844	8.307	8.816
+ Depreciaciones		496	496	496	496	496
+ Amortizaciones		205	205	205	205	205
Liquidación del Proyecto						4.489
Recuperación Capital de Operación						14.564
Total Entradas	-	7.728	8.122	8.545	9.008	28.569
Salidas de Efectivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Inversión Inicial	20.075					
Amortización de la Deuda		1.802	2.000	2.221		
Reposición de Activos				1.197		
Total Salidas	20.075	1.802	2.000	3.418	-	-
= Flujo de efectivo Neto	- 20.075	5.926	6.122	5.127	9.008	28.569

5.6.3.16 Indicadores Financieros:

Representan la relación entre dos cuentas o rubros de los estados contables, con el objeto de conocer aspectos tales como: la liquidez, rotación, solvencia, rentabilidad y endeudamiento que se utilizan para ponderar y evaluar los resultados de las operaciones de la empresa. (Gujardo, G. 2005, p. 396).

TABLA N°. 74 ÍNDICES FINANCIEROS.

AÑO	FE	FAT. ACT	FE DESCONTADO
0	- 20.075,37		
1	5.926,21	0,8804	5.218
2	6.121,77	0,7752	4.745
3	5.127,08	0,6825	3.499
4	9.008,13	0,6009	5.413
5	28.568,93	0,5290	15.114
		ΣFE	33.989
		- I.I.	20.075
		VAN	13.914
		TIR	32,51%
		PR	1,9830
		C/B	1,69

Cuando se comparan los indicadores financieros de la empresa con los de otras del sector, se puede tener una imagen más clara de las fortalezas, debilidades y tendencias futuras del negocio.

5.6.3.16.1 Valor Actual Neto, VAN.

Para Casparri, M. (2009):

El valor actual neto, es el valor del proyecto en el momento cero, considerados todos los ingresos y egresos afectados por una tasa determinada (tasa de descuento). Es la diferencia entre la inversión inicial realizada para llevar a cabo el proyecto y la suma de los beneficios netos futuros actualizados. (p. 22).

Su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\sum_{t=1}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} - Inversión Inicial$$

Análisis: Con el cálculo de este indicador, el valor monetario en términos reales del proyecto será de USD 13.914 lo cual refleja su rentabilidad. Descontado a una Tasa Promedio de Capital o de descuento del 13,58% se acepta la inversión en el negocio propuesto.

5.6.3.16.2 Tasa Interna de Retorno, TIR.

Es un indicador utilizado para medir el rendimiento de la inversión de un proyecto y decidir si la idea de invertir el capital es conveniente o no.

En Casparri, M. (2009): "El TIR es la tasa de interés efectiva que obtenemos del proyecto, es decir, la tasa de rendimiento que se obtendría si se reinvirtiera el capital en un activo o proyecto". (p. 28).

Su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\sum_{t=1}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} - Inversión Inicial = 0$$

TIR = 32,51%

Análisis: Dado que la TIR es superior a la Tasa de Descuento o Costo del Capital (13,58%), se acepta la inversión. Este indicador permite igualar el valor de los flujos de entrada y salida de la inversión.

5.6.3.16.3 Periodo de Recuperación, PR.

Este indicador revela el tiempo que tomará recuperar el monto de la inversión inicial a partir de las entradas de efectivo, facilitando a los inversionistas tomar mejores decisiones en el corto plazo, ante la posibilidad de iniciar un nuevo negocio o proyecto. (Casparri, M. 2009, p. 32).

A mayor tiempo, por consiguiente el periodo de exposición del capital invertido se incrementará.

Forma de cálculo:

- Periodo de Recuperación = 1,9830
- $0,9830 \times 12 = 11$ meses
- $0,0796 \times 30 = 2$ días

Análisis: El periodo de recuperación del 100% de la inversión del proyecto será de un periodo de 1 año, 11 meses y 2 días; tiempo suficiente para poder reinvertir el capital en mayores recursos y ampliar la capacidad del proyecto.

5.6.3.16.4 Beneficio Costo, B/C.

Mediante el análisis de este indicador se puede determinar la rentabilidad del dinero invertido. Para su cálculo se recurre al valor de los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados.

Fórmula de cálculo:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{33.989}{20.075} = 1,69$$

$$\text{Beneficio Costo} = 1,69 - 1$$

$$\text{Beneficio Costo} = 0,69$$

Análisis: El resultado obtenido es 1,69 lo cual determina la rentabilidad del proyecto, ya que por cada dólar invertido se generará un beneficio de USD 0,69.

5.6.3.16.5 Punto de Equilibrio, PE.

Este indicador determina las cantidades que se deben producir y exportar como mínimo a fin de que el proyecto permanezca en el tiempo y empiece a generar utilidades. Esto significa que no se registrarán pérdidas ni ganancias por las unidades vendidas, únicamente servirán para cubrir las necesidades operativas y administrativas del proyecto. (Lesur, L. 2007, p. 11-13).

Su fórmula de cálculo es:

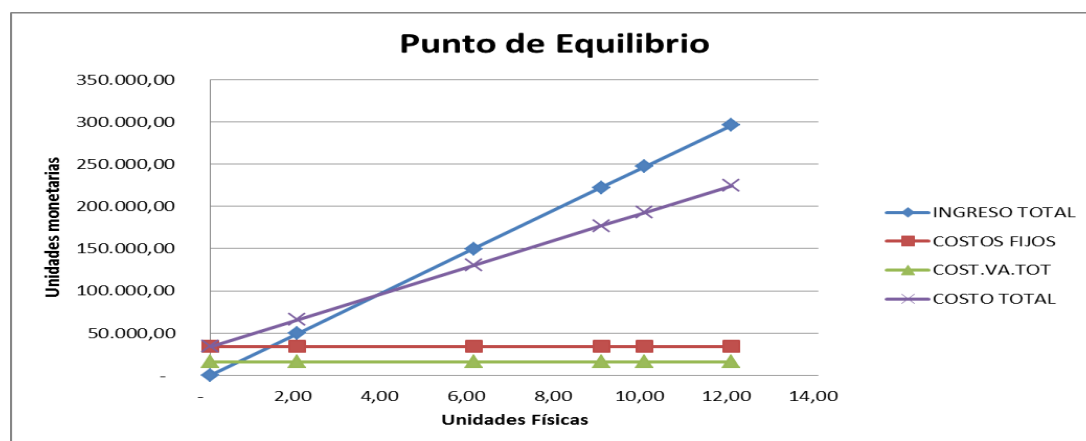
$$P/E = \frac{\text{Costos y Gastos Totales}}{\text{Precio de Venta unitario} - \text{Costos y Gastos unitarios}}$$

$$P/E = \frac{19.770}{(15,99 - 11)}$$

P/E = 4.192 Kg anuales.

Análisis: Las unidades mínimas que el proyecto debe producir y exportar son 4.192 kilos de carne de cuy, para dar cumplimiento con el principio del punto de equilibrio que es el de prever la cantidad de producto que se debe vender para cubrir todos los costos.

GRÁFICO N° 8 PUNTO DE EQUILIBRIO.



5.7 CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA.

La factibilidad para la ejecución de la propuesta de exportación de la carne de cuy envasada al vacío desde el Cantón Bolívar hacia la ciudad de Nueva York, queda ratificada por las siguientes razones:

- El Estudio Técnico, reflejó la disponibilidad de materia prima barata, mano de obra calificada, cercanía con el productor, vías de acceso e infraestructura, con que contará el proyecto para la obtención de un producto de calidad para la exportación en las mejores condiciones de Beneficio/Costo.
- El Estudio Logístico, proporcionó información básica de la carne de cuy que es de mucha utilidad al momento de su exportación, teniendo en cuenta que se trata de un producto perecible se debe considerar la necesidad de realizar la DFI vía aérea, precautelando su correcta manipulación desde origen hacia destino para que el producto llegue en los tiempos, plazos y condiciones establecidas en el término de negociación DAT.
- En el Estudio Financiero, se demostró la pertinencia de la inversión del capital en el proyecto después del análisis de los estados financieros e indicadores económicos. La rentabilidad es equilibrada, la recuperación es pronta y el financiamiento será obtenido a una tasa de interés beneficiosa a los objetivos del proyecto.
- Los principales indicadores económicos que determinan la factibilidad de la propuesta son el VAN con un valor de USD 13.914 el cual es positivo; el TIR obtuvo un valor de 32,51% que es superior a la tasa de descuento y el PR que permiten la recuperación del capital en 1 año, 11 meses y 2 días. Se obtuvo un punto de equilibrio de 4.192 kilogramos anuales de producto que permitirá solventar los costos fijos con una utilidad de USD 0,69 por cada dólar invertido.

VI. BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA.

6.1 BIBLIOGRAFÍA.

ANTÓN, F. (2009). *“Logística del transporte”*. 2ª Edición. Ediciones UPC, Barcelona, España.

ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR, (2008). *“Constitución del Ecuador”*, Registro Oficial N°. 449, (20/10/2008), Quito, Ecuador.

ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR, (2010). *“Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones”*, Registro Oficial N°. 351, (29/12/2010), Quito, Ecuador.

BACA URBINA, G. (2013). *“Evaluación de Proyectos”*. 7ª Edición. Editorial McGraw-Hill. México, DF.

BAENA, D. (2010). *“Análisis Financiero”*. 1ª Edición. ECOE Ediciones. Bogotá, Colombia.

CASPARRI, M. Et. Al. (2009). *“Análisis financiero y planificación de oportunidades de Negocios”*. 1ª Edición. Editorial Omicron System. Buenos Aires, Argentina.

ESCUADERO, M. (2013). *“Gestión Logística y Comercial”*. 1ª Edición. Ediciones Paraninfo S.A, Madrid, España.

ESTUPIÑAN, O. Et. Al. (2010). *“Análisis financiero y de gestión”*. 2ª Edición. Bogotá DC, Colombia.

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CÁMARAS DEL LIBRO, FEDECALI. (2008). *“Manual de Comercio Exterior”*. 3ª Edición, Federación Editores, Madrid, España.

GALLUP, G. (2010). *“Instituto Americano de Opinión Pública”*, New Jersey, U.S.

GOMEZ, A. (2012). *“Estudio Técnico”*, Universidad Autónoma de México, II Capítulo, México, DF.

GRANADOS, I. (2009). *“Contabilidad Gerencial: Fundamentos, principios e introducción a la contabilidad”*. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá DC.

GUAJARDO, G. (2005). *“Contabilidad para no contadores”*. Editorial McGraw-Hill, México, DF.

HERRERA, E. Et. Al. (2009). *“Tutoría de la Investigación”*, 1ª Edición, Quito, Ecuador.

LESUR, L. (2007). *“Cálculo del Punto de Equilibrio”*. 1ª Edición. Editorial Trillas, México, DF.

LÓPEZ, R. (2010). *“Logística Comercial”*. 2ª Edición, Editorial, Ediciones Paraninfo S.A, Madrid, España.

LUNA OSORIO, L. (2008). *“Terminología del comercio internacional siglo XXI”*. PUDELECO Editores S.A, Quito, Ecuador.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, MAGAP, (2012). *“III Censo Agropecuario Nacional 2002”*.

MINISTERIO COORDINADOR DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD. (2011). *“Agenda para la Transformación Productiva, Territorial (Carchi)”*.

MORA, L. (2011). *“Gestión Logística Integral”*. Editorial StarBook, Bogotá, Colombia.

PORTER, M. (2010). *“Estrategia competitiva”*. Editorial Patria, 1ª Edición. México DF.

POSSO, M. (2009), *“Metodología del trabajo de grado”*, 4ª Edición, Ibarra, Ecuador.

PULLAS, C. (2013). Escuela Superior Politécnica del Ejército (ESPE). *“Creación de un clúster productor de carne de cuy precocido empacado al vacío, su estrategia logística de comercialización internacional dirigido al mercado de New Jersey, Estados Unidos”*. Quito, Ecuador.

SORDO, G. (2011). *“Introducción al Comercio Internacional”*. Editorial McGraw Hill, México, DF.

TAMAYO, M. (2013). *“Método Científico en El Pensamiento científico en la Investigación”*. 5ª Edición. Bogotá DC, Colombia.

YÁNEZ, T. (2011). *“Caracterización de la producción de cuyes para la comercialización”*, Lima, Perú.

ZAPATA, P. (2011). *“Contabilidad general”*. 6ª Edición. Editorial McGraw-Hill. México, DF.

6.2 LINCOGRAFÍA.

ADUANA DEL ECUADOR, SENA. (2014). *“Nomenclatura y características de las mercancías”*. Encontrado en: http://portal.aduana.gob.ec/ipt_server/ (15/02/2014)

ALFONSO. (1995). *“La investigación documental o bibliográfica”*. Encontrado en: <http://clubensayos.com/Temas-Variados/> (20/06/2014).

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, BCE. (2014). *“Indicadores económicos y macroeconómicos del Ecuador”*. Encontrado en: www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-ecnomicas2o (10/01/2014).

COBUS GROUP ECUADOR. (2014). *“Datos estadísticos de las exportaciones de la partida 0208.90”*. Encontrado en: <http://www.cobusecuador.ec/html2/> (17/02/2014)

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY, CIA. (2013). *“Indicadores Socioeconómicos del Ecuador”*. Encontrado en: <https://www.cia.gov/library/> (09/05/2014).

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY, CIA. (2014). “*Perfil Geográfico de Estados Unidos*”. Encontrado en: <https://www.cia.gov/library/> (09/05/2014).

CENSUS BUREAU, (2010). “*Cifras del último censo US*”. Encontrado en: <http://www.census.gov/2010census/> (16/05/2014)

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA, CEPAL. (2014). “*Composición de la población por edad, New York, U.S.*”. Encontrado en: <http://www.cepal.org/publicaciones/> (14/05/2014).

COMISIÓN LEGISLATIVA DEL H. CONGRESO NACIONAL, (1999). “*Ley de compañías*”. Registro Oficial N°. 312, Quito, Ecuador.

DIARIO EL PAIS. (2013). “*Ecuador renuncia a acuerdos arancelarios con Estados Unidos debido al ‘Caso Snowden’*”. Encontrado en: <http://internacional.elpais.com/internacional/> (08/05/2014).

DIARIO EL UNIVERSO. (2014). “*Ecuador alcanza un acuerdo comercial con la Unión Europea*”. Encontrado en: <http://www.eluniverso.com/noticias/> (17/07/2014).

EL CIUDADANO. (2014). “*Gobierno establecerá compensaciones para sector empresarial ante renuncia de preferencias arancelarias*”. Encontrado en: <http://rss.elciudadano.gob.ec> (08/05/2014).

EL LATINO. (2012). “*Creciente aumento de restaurantes latinos en Estados Unidos*”. Encontrado en: <http://www.ellatinoarkansas.com> (13/05/2014).

FOOD AND DRUG ADMINISTRATION, FDA. (2014). “*Ley de Bioterrorismo*”. Encontrado en: <http://www.fda.gov/Food/> (12/04/2014)

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION, FAO (2014). “*Producción Mundial de carne de cuy*”. Encontrado en: <http://faostat.fao.org/site/> (20/06/2014).

GOBIERNO PROVINCIAL DEL CARCHI, (2014). “*Carchi, Aspectos Generales*”. Encontrado en: <http://www.carchi.gob.ec/> (18/08/2014).

GUERRERO, D. (2011). “*Formas de pago en Comercio Exterior*”. Encontrado en: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/> (20/08/2014).

INEC, (2013): “*La medición del índice de precios al consumidor*”. Encontrado en: http://www.inec.gob.ec/archivos_temporales_descarga/ (17/07/2014).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA, INEI. (2014). “*Índice de precios al consumidor, IPC*”. Encontrado en: <http://www.inei.gob.pe> (25/07/2014).

ICESI, UNIVERSIDAD. (2014). “*Negociación Internacional*”. Encontrado en: <http://www.icesi.edu.co/blogs/> (18/08/2014).

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA, MSP. (2013). “*Proceso de transición del INH a INSPI avanza*”. Encontrado en: <http://www.salud.gob.ec/tag/instituto-nacional-de-higiene-y-medicina-tropical/> (25/07/2014).

OFFICE OF MANAGEMENT AND BUDGET, OMB. (2011). “*Definición de hispano o latino*”. Encontrado en: www.usa.gov (14/06/2014).

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO, OMC, (2014). “*Principio de la Nación Más Favorecida*”. Encontrado en: <http://www.wto.org/spanish/> (05/08/2014).

REGISTRO OFICIAL N°. 499. “*Carne y productos cárnicos*”. Encontrado en: <http://www.normalizacion.gob.ec/>.(26/06/2013).

SECURITY DATA. (2014). “*Certificado de firma electrónica, personas naturales*”. Encontrado en: https://www.securitydata.net.ec/productos_servicios/ (22/05/2014)

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, (2013-2017). “*Objetivos nacionales para el buen vivir*”. Encontrado en: www.buenvivir.gob.ec (26/06/2014).

PEW RESEARCH CENTER, (2014). “*Población de Latinos en Estados Unidos*”. Encontrado en: www.pewhispanic.org (15/05/2014).

PROCHILE, (2011). “*Estudio del Mercado Hispano en los EE.UU*”. New York, City. Encontrado en: <http://www.prochile.gob.cl/contactchile/> (19/07/214).

PROECUADOR, (2011). “*Guía como exportar a Estados Unidos*”. Encontrado en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/>, Quito, Ecuador. (14/06/2014).

PROECUADOR, (2013). “*Ficha Comercial de Estados Unidos*”. Encontrado en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/>, Quito, Ecuador. (10/06/2014).

PROECUADOR, (2013). “*Ficha Producto/Mercado: Cuyes hacia Estados Unidos*”. Encontrado en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/>. Quito, Ecuador (11/04/2014).

RED DE MULTISERVICIOS REGIONALES, RMR, (2013). “*Precio referencial del cuy envasado al vacío*”. Encontrado en: <http://www.rmr-peru.com/> (07/06/2014).

SISTEMA DE INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO EXTERIOR, SICE, (2014). “*Términos de Comercio Exterior*”. Encontrado en: <http://www.sice.oas.org/dictionary/> (20/05/2014).

TRADE MAP, (2014). “*Principales proveedores de carne y despojos comestibles a Estados Unidos (2008-2012)*”. Encontrado en: http://www.trademap.org/tm_light/ (26/06/2014).

USITC, (2014). “*Harmonized Tariff Schedule of the Unites States*”. Encontrado en: www.usitc.gov/tata/hts (06/06/2014).

ANEXOS

VII. ANEXOS.

ANEXO N°. 1 ENCUESTA – PRODUCTOR



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Objetivo: Obtener información sobre la producción de cuyes, misma que contribuirá a determinar la oferta exportable de la carne de cuy, para de esta manera proponer un estudio de factibilidad para la exportación de carne de cuy por parte de los productores del Cantón Bolívar Provincia del Carchi que cubra un segmento de la demanda existente en el mercado de Nueva York, Estados Unidos.

CUESTIONARIO:

1. ¿Desde qué año aproximadamente se dedica usted a la crianza de cuyes?.....

2.- ¿Qué tipo de alimento consumen los cuyes?

Yerba

Desechos de comida

Agua

Forrajes

Pasto

Otros (describa cuáles).....

3.- ¿Utilizan procesos tecnificados para la crianza del animal o conoce de alguno de ellos?

SI

NO

4.- ¿Dónde lo comercializan el producto?

Local

Provincial

Nacional

Internacional

5. ¿Cuál es el precio del cuy listo para faenarlo?

Desde 6 USD

De 8 a 10

De 11 a 13

Más de 14 USD

6. ¿Cuál es su producción mensual de cuyes para poner en el mercado?

.....
.....
.....

7. ¿Sabía usted que la carne de cuy la exportan a otros países?

Si

No

8. ¿Le gustaría a usted ganar más utilidades por la venta del cuy?

Si

No

9. ¿Usted estaría dispuesto a asociarse con otros productores para dar valor agregado a la venta del cuy y exportar la carne empacada al vacío?

Si

No

10. ¿Qué porcentaje del total de la producción destinaría para la exportación?

.....

ANEXO N°. 2 ENCUESTA – RESTAURANTES



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Objetivo: Obtener información sobre el consumo de la carne del cuy en restaurantes latinos, misma que contribuirá a determinar la demanda de este producto. La información proporcionada será utilizada exclusivamente con fines académicos.

CUESTIONARIO:

1. ¿En el menú de su restaurante incluye la carne de cuy?

Si ()

No ()

2. ¿Cómo prefiere usted adquirir los cuyes?

Vivos ()

Envasados al vacío ()

Enlatados ()

Otra forma de presentación. ¿Diga cuál? _____

3. ¿Su proveedor le ofrece garantías y certificaciones sanitarias del producto que le ofrece?

Si ()

No ()

¿Cuáles? _____

4. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia adquiere la carne de cuy?

Frecuencia	Cantidad
------------	----------

() Diariamente	(_____)
-----------------	---------

() Semanalmente	(_____)
------------------	---------

() Quincenalmente	(_____)
--------------------	---------

() Mensualmente	(_____)
------------------	---------

Otros (Indique) _____

5. ¿Señale los pesos del cuy de acuerdo a la preferencia de consumo?

Pelado de entre	800 gr	900gr	1 kg	1.2 kg
-----------------	--------	-------	------	--------

Vivos de entre	600 gr	800gr	1 kg	1.2 kg
----------------	--------	-------	------	--------

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el cuy de exportación?

- 13-15 USD ()
16-18 USD ()
19-20 USD ()
Más de 20 USD ()

7. ¿Quiénes son sus principales proveedores?

- Distribuidor ()
Acopiador ()
Productores del exterior ()
Mercado zonal ()
Supermercado ()
Otro proveedor ¿Diga cuál? _____

8. ¿De qué país prefiere adquirir la carne del cuy?

- Perú ()
Bolivia ()
Ecuador ()
Colombia ()

9. ¿Cómo es la presentación del cuy para la venta?

- Entero ()
Medio ()
Cuarto ()

10. ¿Estaría dispuesto a adquirir carne de cuy certificada y envasada al vacío desde Ecuador?

- Si ()
No ()
¿Por qué? _____

11. ¿Qué cantidad de nuestro producto estaría dispuesto a adquirir?

12. ¿Por qué medio se enteró de la venta de carne de cuy?

- Radio ()
TV ()
Prensa ()
Internet ()
Otros. _____

ANEXO N°. 3 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.



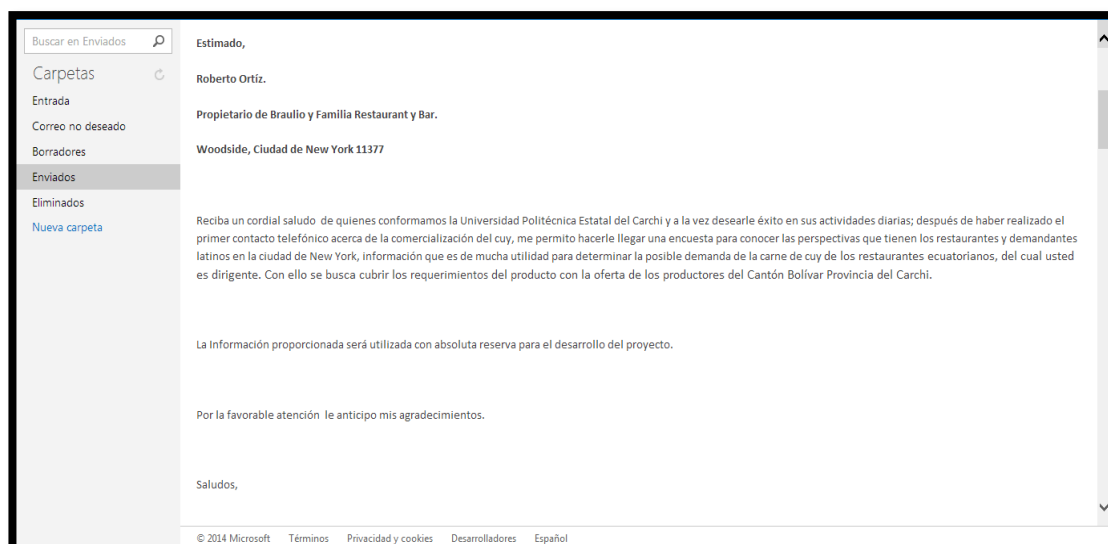
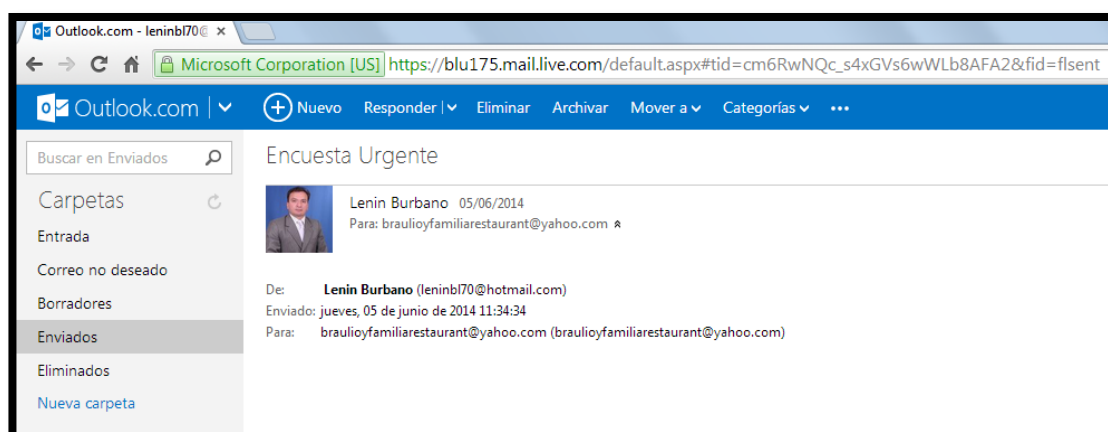
ANEXO N°. 4 RESTAURANTES QUE COMERCIALIZAN CUY EN NUEVA YORK.

Nº.	NOMBRE
1	Lolita´s Restaurant "Lucho Barrios"
2	Hola New York "Bar y Restaurant"
3	Rincón Ecuatoriano
4	El palacio del sabor ecuatoriano
5	Alex Aguinaga Restaurant
6	El Balcón Quiteño Bar Restaurant
7	El Balcón Quiteño Bar Restaurant II
8	Épocas Restaurant Bar
9	Añoranzas
10	Sabrosura Bar y Restaurant
11	Piola Restaurante
12	Lulu Bar y Restaurant
13	El Toro Partido
14	La Picada Azuaya
15	Barzola, El Palacio del Sabor Ecuatoriano
16	El Guagua Pichincha Bar y Restaurant
17	Restaurante lo Nuestro
18	Pique al Paso
19	Don Francisco # 2 Bar y Restaurant
20	Jocakis Bar y Restaurant
21	Ecuador Mi País

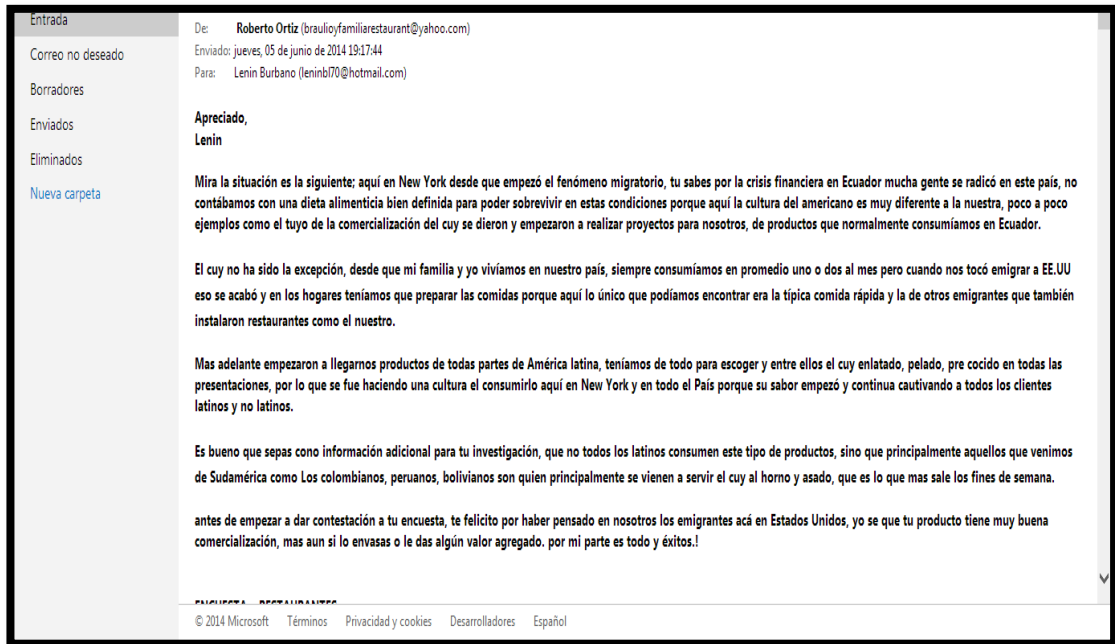
22	El Rumbero Bar y Restaurant
23	Don Francisco Restaurant
24	Braulio y Familia Restaurant y Bar
25	Rincón Latino
26	Galápagos Restaurante
27	Café con Leche Panadería y Picantería
28	Restaurante de Vinicio
29	Bakery y Weekend Restaurante de Guayas
30	Tropical I Restaurant
31	Tropical II Restaurant
32	Luz de América Bar y Restaurant
33	Alvamar Bar y Restaurante
34	Chimborazo I Bar y Restaurant
35	Chimborazo II Bar y Restaurant
36	Mitad del Mundo
37	Nieto's Restaurante

Fuente: www.ecuatorianet.com/restaurantes.html

ANEXO N°. 5 TOMA DE CONTACTO VÍA E-MAIL.



ANEXO N°. 6 CONFIRMACIÓN DE LA DEMANDA DE CARNE DE CUY.



ANEXO N°. 7 CUY EN PIE.



ANEXO N°. 8 PRODUCCIÓN DE CUY EN BOLÍVAR.





ANEXO N°. 9 DOCUMENTACIÓN REQUERIDA EN LA EXPORTACIÓN:

1. FACTURA PROFORMA.

FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE

REMITENTE

Empresa: _____

Contacto: _____

Direccion: _____

Telefono: _____

DESTINATARIO

Empresa: _____

Contacto: _____

Direccion (incluir código postal): _____

Telefono: _____

Guía n°				
Item	Descripción detallada de los bienes item x item (Evitar colocar n° de artículo)	Cantidad por unidad	Valor unitario en U\$S	Valor total en U\$S
	ENVIO SIN VALOR COMERCIAL NO COMMERCIAL VALUE / VALUE FOR CUSTOMS PURPOSES			
Total piezas:		Total U\$S		
Peso total:				

Yo/nosotros certificamos que la información declarada en esta factura proforma es verdadera y correcta y que los contenidos de este envío corresponden a los declarados en esta factura proforma.
Yo/nosotros autorizamos a DHL a ejecutar cualquier documento adicional necesario para la exportación de la mercadería aquí declarada.

I/we hereby certify that the information on this invoice is true and correct and that the contents of this shipment are as stated above.

I/we do hereby authorize DHL Corporation to execute any additional documents necessary for the export of merchandise described herein on my/our behalf.

Firma _____

Fecha _____

Aclaración _____

3. DOCUMENTO DE TRANSPORTE.

Nombre y Dirección del Expedidor Shipper's Name and Address	Nº de CTA del Expedidor Shipper's Account Number	NO RESPONSABLE Not Responsible AIR WAYBILL CARTA DE PORTE AEREO (CONOCIMIENTO AEREO) (Air Consignment Note) EMITIDA POR / Issued by IBERIA, I.A.E. VELAZQUEZ, 130-48006 MADRID Miembro de I.A.T.A./Member of I.A.T.A. Válido en el Registro Nacional de Aerolíneas y en el Registro de la Unión Europea Valid in the National Register of Airlines and in the European Union Register LAS COPIAS 1, 2 Y 3 DE ESTA CARTA DE PORTE AEREO SON ORIGINALES Y TENDRAN LA MISMA VALIDEZ COPIES 1, 2 AND 3 OF THE AIR WAYBILL ARE ORIGINALS AND HAVE THE SAME VALIDITY Se advierte que la mercancía que se declara en esta carta de porte es transportada en avión y que la responsabilidad por su transporte se extiende a las condiciones de transporte por avión y a las condiciones de transporte por tierra desde el punto de partida hasta el punto de destino. Se advierte que el expedidor es responsable de las mercancías que se transportan en esta carta de porte desde el momento de su entrega al transportista hasta el momento de su recepción en el destino. Se advierte que el transportista no es responsable de las mercancías que se transportan en esta carta de porte durante el trayecto terrestre que precede al vuelo o que sucede al mismo. Se advierte que el transportista no es responsable de las mercancías que se transportan en esta carta de porte durante el trayecto terrestre que precede al vuelo o que sucede al mismo. Se advierte que el transportista no es responsable de las mercancías que se transportan en esta carta de porte durante el trayecto terrestre que precede al vuelo o que sucede al mismo.					
Nombre y Dirección del Destinatario Recipient's Name and Address DO ELMYGO SA DE LV	FECHA DEL TRANSPORTISTA (MES, AÑO Y CIUDAD) Date of Carrier (Month, Year and City)						
SEÑALATA DEL AGENTE / Agent's Mark Code	Nº DE CUENTA / Account No.	INFORMACIÓN CONTABLE / Accounting Information FLETE					
INFORMACIÓN DE SALIDA (DIR. DEL CEN. TRANSPORTISTA) Y RUTA SOLICITADA Address of First Carrier and Requested Routing PAMPLONA		VALOR DECLARADO Declared Value for Carriage NVC					
MONEDA Currency ESP	VALOR ASegurado Amount of Insurance NIL	VALOR DECLARADO Declared Value for Carriage NVC					
INCIDENTO DE DESTINO / Incident of Destination PAMPLONA		VALOR ASegurado Amount of Insurance NIL					
SCI -EXPORT-							
WGTG Weight	WGTG Gross Weight	WGTG Net Weight	WGTG Chargeable Weight	TARRA Rate	CARGO Charge	Total	DETALLE DE CARGOS Y VALORES DE LA MERCANCÍA (por mercancías o unidades) Details and Quantity of Goods (per Commodity or Unit)
CARGO POR PESO / Weight Charge		CARGO POR VALOR / Value Charge		OTROS CARGOS / Other Charges		TOTAL OTROS CARGOS e IVA AL AGENTE / Total Other Charges and Agent's Tax	
Se advierte que esta carta de porte es emitida en virtud de un contrato de transporte aéreo y que no es responsable de las mercancías que se transportan en esta carta de porte durante el trayecto terrestre que precede al vuelo o que sucede al mismo. Se advierte que el transportista no es responsable de las mercancías que se transportan en esta carta de porte durante el trayecto terrestre que precede al vuelo o que sucede al mismo.							

5. CERTIFICADO DE ORIGEN.

CERTIFICADO DE ORIGEN OTROS PAISES



CERTIFICADO DE ORIGEN CERTIFICATE OF ORIGIN

A N° 003213

LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES - FEDEXPOR. CERTIFICA LAS MERCADERIAS.
The Ecuadorian Federation of Exporters FEDEXPOR. Certifies that the merchandises.

DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. _____ Y FORMULARIO UNICO DE

EXPORTACION No. _____

Declared in Commercial Bill No.

POR _____
by

EMBARCADOS EN _____ REPUBLICA DEL ECUADOR
Shipped at the port of

EN EL TRANSPORTE _____ DE BANDERA _____
On the vessel of flag

CON DESTINO A _____
bound for

Y CONSIGNADOS A _____ PARA _____
and consigned to for

SON DE ORIGEN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR
are of Ecuadorian origin

BULTOS PACKAGES			ARTICULOS ITEMS
MARCAS MARKS	CANTIDAD QUANTITY	CLASE CLASS	DESIGNACION DE LAS MERCADERIAS
			<p style="text-align: right;">Quito, _____ del 200 _____</p> <p style="text-align: center;">FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES FEDEXPOR</p>

ANEXO N°. 10 REGISTRO EN EL SISTEMA ECUAPASS.

The screenshot shows the ECUAPASS website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Favoritos', 'ECUAPASS INTERNET P...', and 'ECUAPASS'. The main content area is divided into several sections:

- Trámites Operativos:**
 - 1.1.1 Declaración de Importación
 - 1.3 Integración de estados del trámite
 - 1.6 e-Documentos
 - 1.7 Directorio de Funcionarios Operativos
- Servicios de uso frecuente:**
 - 1.3 Integración de estados del trámite
 - 2.3 Seguimiento de cargas
 - 1.4 Administración de pago
 - 1.5.2 Estado de envío
 - 1.5.3 Estado de recepción
- Servicios Informativos:**
 - 2.1.1 Consulta de arancel
 - 2.1.2 Consulta de tasa de moneda
 - 2.4.1 Puntos de vista de RUC
 - 2.6.1 Catálogos
 - 2.6.2 Información general
- Ventanilla Única:**
 - 4.1 Registro de Apoderado
 - 4.2.1 Registrar Comercializador
 - 4.2.2 Modificar Comercializador
 - 4.5.1 Solicitud de Documentos de Control Previo

Other elements include a login section with 'ID. USUARIO', 'CONTRASEÑA', and 'INICIAR SESIÓN' buttons; a 'Certificado' section; an 'Aviso' section; and a 'Quick Buzón Electrónico SENA E' sidebar. A phone number '1800-223223' is also visible.

ANEXO N°. 11 DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO DE ORIGEN.

 <p>Ministerio de Industrias y Productividad</p>	<p>DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN</p>							
1. IDENTIFICACIÓN DE EMPRESA								
1.1. R.U.C.								
1.2 Nombre Contacto								
1.3 Dirección planta de producción (incluir ciudad y teléfono; según corresponda, ver instructivo de llenado)								
1.4 Correo electrónico de notificación								
2. PRODUCTO (Tramitar un formulario por cada Producto)								
2.1 Nombre comercial:								
2.2 Nombre Técnico:								
2.3 Unidad Comercial:								
2.4 Subpartida arancelaria								
3. UTILIZACIÓN INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD ADUANERA								
Zona Especial de Desarrollo	Zona Franca	Ninguna:						
4. (*) MATERIALES EXTRANJEROS IMPORTADOS DIRECTAMENTE O ADQUIRIDOS EN EL MERCADO NACIONAL DE LAS PARTES NO SIGNATARIAS DEL ACUERDO O ESQUEMA COMERCIAL.								
N°	Descripción Nombre Técnico	Subpartida (10 dígitos)	País Origen	País Procedencia	Unidad de Medida	Cantidad	Valor CIF \$ Por Unidad Comercial del Producto (casilla 2.3)	Valor Planta
4.11 Valor Total por Unidad de Producto (US \$)								
5. (*) MATERIALES NACIONALES O DE LAS PARTES SIGNATARIOS DEL ACUERDO O ESQUEMA COMERCIAL, PARA EFECTOS DE ACUMULACIÓN, SEGÚN CORRESPONDA								
N°	Descripción Nombre Técnico	Subpartida (10 dígitos)	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Planta \$ Por Unidad Comercial de Producto (2.3)			
5.11 Valor total por unidad de producto (US \$):								

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

ARTÍCULO CIENTÍFICO.



LENIN RAPHAEL BURBANO LÓPEZ:

Licenciado en Ciencias de la Educación por la Universidad Central del Ecuador (UCE). Diplomado Internacional en Técnicas Aduaneras por la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE). Egresado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

CURSOS Y SEMINARIOS REALIZADOS:

Suficiencia en el Idioma Inglés; Seminario Taller “Perspectivas y Políticas Administrativas del Comercio Exterior para el Carchi”; Certificado de participación en la I, II y III Jornada Internacional de Comercio Exterior con las temáticas: “Normativa y Procedimientos Aduaneros”; Certificado de participación en el “V Encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo Ecuatoriana”; Certificado de participación en el Seminario Taller “Estructura de Planes de Negocios y Manejo de Datos”; Certificado de asistencia y participación al “Primer Seminario Taller de Regímenes Especiales”. Certificado de participación en el Taller para MIPYMES en Comercio Exterior.

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

**Universidad Politécnica Estatal del Carchi
(UPEC)**

**Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional
(CEYNCI)**

Av. Universitaria y Antisana

Tulcán – Ecuador

lenin.burbano@upec.edu.ec

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”
Lenin Raphael Burbano López (UPEC - Ecuador).

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

Resumen

En el presente trabajo se ha empleado la metodología de la Investigación Científica y sus diferentes aplicaciones, entre ellas la observación directa, la recopilación de bibliografía, datos cuantitativos y cualitativos.

Como resultado de la investigación bibliográfica se pudo conocer que la crianza del cuy aún se encuentra arraigada en la población rural y urbana a nivel nacional y regional, donde se aprovecha la carne de este animal para el consumo de los hogares y para la comercialización.

Los resultados que confirman la existencia de oferta exportable de carne de cuy en el Cantón Bolívar y los diferentes problemas que atraviesan los productores para comercializar su producto fueron obtenidos en el estudio de campo.

Existen pequeñas, medianas y grandes empresas que se han dedicado a la crianza del cuy para la exportación de la carne en diferentes presentaciones, especialmente a países donde los inmigrantes aún conservan la costumbre de consumir alimentos tradicionales.

El objetivo fundamental de la carne de cuy, es que sea apreciada en el mercado de latinos inmigrantes de Nueva York, de la misma manera como lo es en los países como Ecuador, Perú, Colombia, Bolivia,.. Donde se encuentra muy arraigado el consumo de la carne de cuy en estos países. Las condiciones para la exportación del producto hacia Estados Unidos son favorables, porque beneficia tanto en lo económico como en lo social a los pequeños productores.

Palabras Clave:

Comercialización, exportación, demanda insatisfecha, valor agregado.

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

Abstract

In this paper we have used the methodology of scientific research and its various applications, including direct observation, collection of literature, quantitative and qualitative data.

As a result of the literature search it was known that the guinea pig breeding is still rooted in the rural and urban population at national and regional level, where the meat of this animal for household consumption and for marketing exploits.

The results confirm the existence of export supply of guinea pig meat in Canton Bolívar and the various problems facing the producers to market their product were obtained in the field study.

There are small, medium and large companies who are dedicated to raising guinea pig for the export of meat in different forms, especially in countries where migrants still have the habit of consuming traditional foods.

The fundamental objective is that the guinea pig meat is appreciated in the same way in the market of immigrant Latins from New York as it is in the countries like Ecuador, Peru, Colombia, and Bolivia. Where it is very ingrained the consumption of the guinea pig in these countries. The conditions for the export of the product toward United States are favorable, because he/she benefits as much in the economic thing as in the social thing to the small producers.

Keywords:

Marketing, export, unmet demand, value added.

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

1. Introducción.

El presente estudio está dividido en cinco capítulos, en los que se ha analizado información considerada importante que contribuye a validar la idea a defender.

En el planteamiento del problema se puso énfasis en la situación actual del país y en la necesidad de crear fuentes de trabajo especialmente en los sectores rurales de la región.

Se analizó la fundamentación legal, tanto del Ecuador como de Estados Unidos, especialmente los acuerdos comerciales que facilitan las operaciones del comercio exterior, así como también la metodología utilizada, que contribuyó para el desarrollo del proyecto.

Se realizó el estudio de mercado haciendo énfasis en los factores que pueden influir en la comercialización del producto, tanto en el país de destino como en el de origen. De la misma manera se tomó en cuenta las políticas adoptadas por los gobiernos de ambos países, la economía interna y legislación vigente.

Se dio a conocer las principales conclusiones y recomendaciones, en función de los resultados obtenidos en el estudio de mercado. Se ha destacado la necesidad de elaborar el proyecto gracias a la existencia de oferta y demanda del producto, la generación de fuentes de trabajo y las facilidades para realizar la exportación desde Ecuador.

Finalmente se desarrolló un análisis técnico, logístico y financiero del estudio de factibilidad, que permitió validar la idea a defender y demostrar la necesidad de su aplicación en beneficio del sector productor de carne de cuy en el Cantón Bolívar.

2. Materiales y métodos.

2.1. Metodología de la Investigación.

La presente investigación se sustentó en procesos del método científico a través de los cuales, se pretende demostrar que la idea a defender puede ser comprobada o rechazada. Mediante la aplicación de técnicas se pudo definir gustos y preferencias del consumidor de carne de cuy en Estados Unidos, especialmente en la ciudad de Nueva York donde existe una importante colonia de latinos residentes que serán satisfechos con la oferta de los productores del Cantón Bolívar.

El aprovechamiento del método cualitativo proporcionó información sobre la inclinación que aún mantienen los inmigrantes por consumir productos tradicionales como la carne del cuy, aunque se encuentren fuera de sus países de origen.

La correcta determinación de las cantidades ofertadas y demandadas del producto, fueron obtenidas después de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos del método cuantitativo. El levantamiento se hizo a productores de cuy y a restaurantes de ecuatorianos residentes en Nueva York.

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

2.2. Tipos de Investigación.

2.2.1. Investigación de Fuentes Documentadas.

La Investigación Documental es un procedimiento científico y sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema, empleando instrumentos escritos, documentos impresos, electrónicos y audiovisuales. (Alfonso, 1995).

2.2.2. Investigación Exploratoria.

En la Investigación Exploratoria se realizó una aproximación a la realidad del problema investigado. A partir de esta información se determinó elementos básicos para el planteamiento del problema y técnicas necesarias para el proceso investigativo.

2.2.3. Investigación de Campo.

Finalmente en la Investigación de Campo se aplicaron las encuestas donde se pudo determinar la cantidad ofertada exportable del producto en el Cantón Bolívar. (Posso, 2009).

3. Método de medición.

3.1. La Observación.

La Técnica de la Observación permitió acercarse más a la realidad de los hechos y obtener información clara, que se utilizó para el desarrollo de la investigación.

3.2. La Encuesta.

La encuesta es un instrumento práctico de recolección de datos de gran utilidad, en base a un cuestionario previamente elaborado y aprobado que impide controlar el proceso en observación.

Se utilizó Encuestas para la recolección de la información, dirigida a las personas que se dedican a la crianza de cuy en el Cantón Bolívar.

3.3. Resultados y discusión.

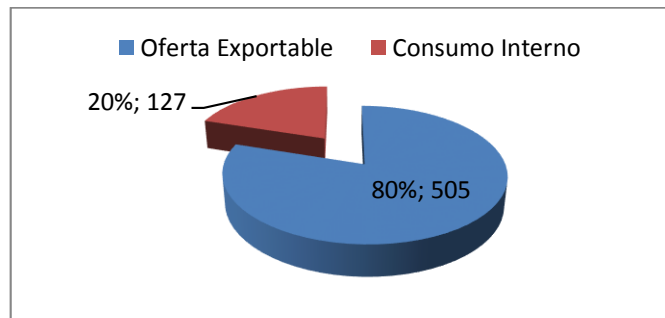
3.3.1. Análisis de la Oferta.

El 66% de la producción en el Cantón Bolívar es comercializada a nivel local y en pequeñas cantidades a personas que acuden personalmente hasta los centros de crianza. En el ámbito provincial el 28% de producto demandado por los clientes solo lo hacen en ocasiones especiales o para cubrir otros pedidos, por lo que no se cuentan con clientes fijos. El restante 6% de los productores lo venden a nivel internacional, especialmente a Colombia.

Dadas las condiciones en las que se desarrolla la actividad productiva, el número de animales existentes en cada centro es reducido (632 cuyes), por la falta de infraestructura y escases de alimento en reiteradas ocasiones. La competencia existente entre productores también restringe la producción que es desleal y les resta utilidades.

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

GRÁFICO N°. 01 Oferta Exportable de Carne de Cuy de 1 Kilo:



Existe una tendencia del 80% a favor de la exportación mensual de la carne de cuy envasada al vacío (505 kilos mensuales), que les permitirá generar mayores utilidades por la venta del producto al contar con clientes fijos en el exterior. El 20% restante lo continuará destinando al mercado local o para el consumo de los hogares (127 kilos).

3.3.2. Análisis de la Demanda.

La demanda por parte de los inmigrantes latinos de carne de cuy en la ciudad de Nueva York es alta y el proyecto no está en capacidad de cubrirla por completo. Se ha considerado conveniente abastecer a los restaurantes de comida típica ecuatoriana como vínculo entre el productor y el cliente final.

El 77% de restaurantes se encuentran ofertando la carne del cuy en el menú, gracias a la alta concentración de latinos residentes en la ciudad de Nueva York que gustan de este tipo de comida. El 23% restante no incorporan el producto porque se especializan en diferentes áreas tales como eventos, recepciones, bares, cafeterías, etc.

El 54% de los encuestados prefieren el envase al vacío de la carne de cuy, debido a las condiciones sanitarias y mejor conservación del producto en refrigeración. El 27% los prefiere en lata no obstante el costo es superior y el envase debe ser desechado de inmediato. El 19% prefiere adquirir la carne eviscerada, sin envases adicionales porque el aprovechamiento es inmediato.

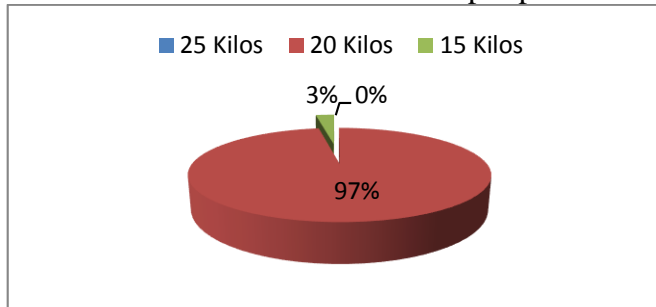
El 73% de restaurantes prefieren adquirir la carne de cuy de forma mensual para mejor comodidad tanto en el mecanismo de pago como en la comercialización del producto. El 14% y 13% prefiere hacerlo de forma quincenal y semanal, porque incrementa el nivel de ventas.

El 54% de encuestados prefiere adquirir el cuy de 1 Kg principalmente porque es más solicitado por los clientes; mientras que el 33% mencionaron inclinarse por el cuy de 1,2 Kg de peso, principalmente para familias con mayor número de integrantes. El 8% de encuestados está a favor de la presentación de 900 gr por ser más accesibles y el 5% prefieren servirse de forma entera el cuy de 800 gr.

El 84% de encuestados, por accesibilidad, calidad, peso y condiciones sanitarias están en capacidad de cancelar como base 16 dólares por el cuy de 1 kilo; precio que es competitivo y representa utilidades para los restaurantes. El 8%, 5% y 3% manifestaron que cancelarían desde 17 hasta 19 dólares debido a las exigencias del producto principalmente en tamaño.

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

GRÁFICO N°. 02 Demanda por parte de los Restaurantes en Nueva York:



Existe un 97% de encuestados en posibilidad de adquirir 20 Kg de producto y que representan la mayoría de restaurantes. El 3% restante dijeron que se abastecerían de unos 15 Kg de forma mensual dando un total de 735 Kilos.

3.3.3. Precio Referencial.

El precio del cuy vivo en el mercado interno es USD 6; una vez pelado y eviscerado adquiere un costo de USD 8 el de 1 Kg. Para la proyección de los precios se utilizó la tasa de inflación anual de Ecuador que es del 3,76%. (BCE, 2014).

TABLA N° 1

PRECIO DEL CUY EN EL MERCADO LOCAL						
PRODUCTO	PROYECCIÓN USD:					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carne de cuy eviscerado:	8,00	8,30	8,62	8,94	9,27	9,62

Fuente: Productores del Cantón Bolívar, 2015.

Como referencia se ha tomado el precio del cuy peruano envasado al vacío, cuyo precio en el mercado internacional es de USD 16, según datos de (RMR, 2015).

El precio del cuy envasado al vacío en el mercado internacional se ha proyectado en base al Índice de Precios al Consumidor de Perú que es del 3,20%, cifra obtenida del Instituto Nacional de Estadística e Informática, (INEI, 2015):

TABLA N°. 2

PRECIO DE LA CARNE DE CUY EN EL MERCADO INTERNACIONAL.						
PRODUCTO	PROYECCIÓN USD:					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carne de cuy envasado al vacío:	16,00	16,51	17,04	17,58	18,14	18,72

Fuente: rmr-peru.com, 2015.

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

3.3.4. Demanda Potencial.

Existe una demanda potencial que no se está en capacidad de cubrir en su totalidad, sin embargo es necesario establecerla para tener una idea de la magnitud del mercado:

TABLA N°. 3

DEMANDA PONTENCIAL LATINOS EN NUEVA YORK EN KILOS-2014			
PRODUCTO	POBLACIÓN QUE DEGUSTA LA CARNE DEL CUY	DEFICIT ANUAL Kg.	DEMANDA ANUAL
Carne de Cuy	141.336	1	141.336

3.3.5. Demanda Final.

Los restaurantes son los clientes finales del proyecto, encargados de satisfacer la demanda potencial con la oferta desde el Cantón Bolívar:

TABLA N°. 4

DEMANDA EN KILOS DEL MERCADO META		
DEMANDA DE LOS RESTAURANTES (Nueva York)	OFERTA DEL PROYECTO	DEMANDA INSATISFECHA
735	505	230

3.3.6. Demanda Insatisfecha.

La demanda insatisfecha requiere ser cubierta con la oferta exportable en su mayor parte con producción del Cantón Bolívar, de acuerdo a la tabla:

TABLA N°. 5

BALANCE OFERTA-DEMANDA EN KILOS ANUALES (2015-2020)				
DATOS PROYECTADOS:				
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	% DE COBERTURA
2015	8.820	6.060	2.760	68,71%
2016	9.008	6.132	2.876	68,07%
2017	9.200	6.204	2.996	67,43%
2018	9.396	6.277	3.119	66,81%
2019	9.596	6.351	3.245	66,18%
2020	9.800	6.426	3.374	65,57%
PROMEDIO:				67,13%

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

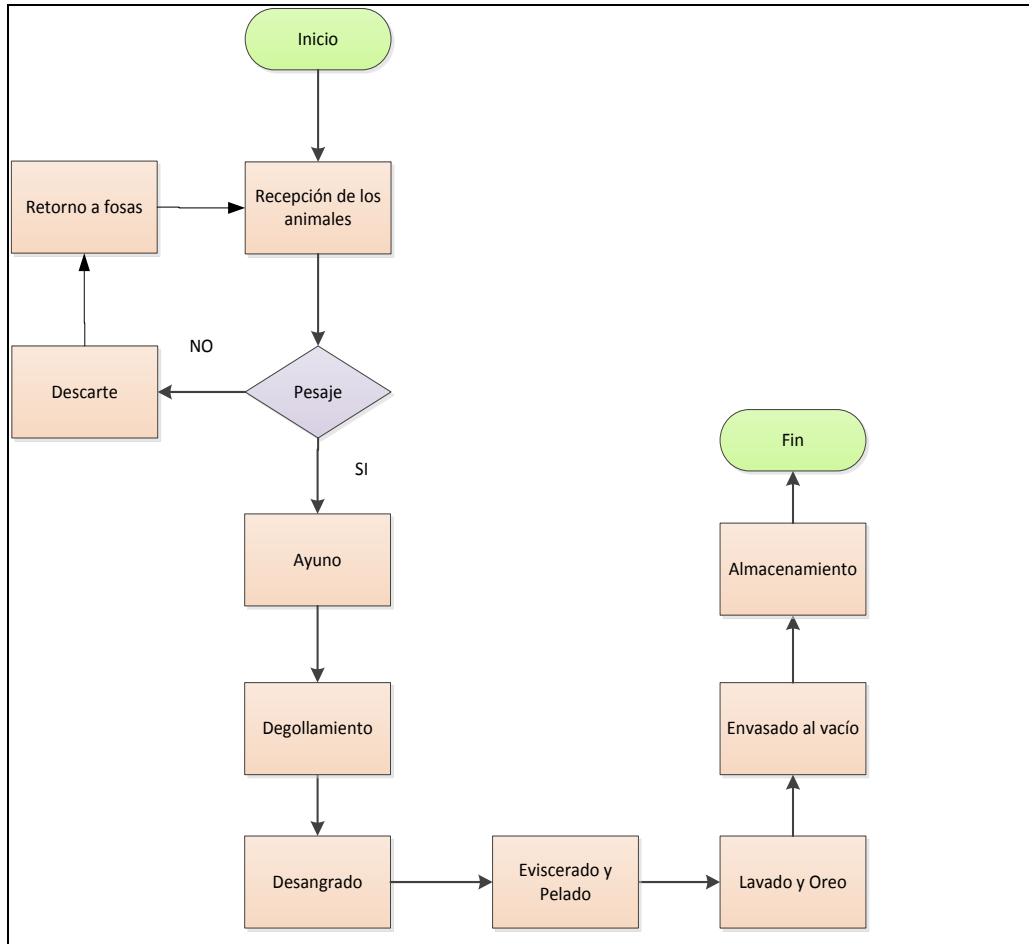
Lenin Raphael Burbano López (UPEC - Ecuador).

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

3.4.Preparación del Cuy para la Exportación.

El procesamiento de la carne del cuy, se lo realizará por personas capacitadas para la selección del producto, que cumplan con las especificaciones exigidas por el cliente en el exterior.

ILUSTRACIÓN N°. 01 Preparación del Cuy.



“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

4. Conclusiones.

- Existen investigaciones y estudios que demuestran que el Ecuador es uno de los principales países productores de cuy y tercer exportador de carne envasada al vacío a nivel regional, gracias a las condiciones geográficas y climatológicas de la serranía.
- La producción de cuy en el Cantón Bolívar se ha visto limitada debido a la ausencia de clientes fijos en el contexto local, sin embargo la presencia de inmigrantes residentes en países como Estados Unidos permite exportar el producto y aprovechar sus ventajas.
- Estados Unidos posee una economía saludable y confiable capaz de generar confianza a inversionistas internacionales. Actualmente, maneja indicadores económicos positivos que lo ratifican en su condición de principal socio comercial de productos no tradicionales provenientes de Ecuador.

5. Recomendaciones.

- Promover e incentivar en el Cantón Bolívar la crianza del cuy para aprovechar los beneficios de su comercialización, especialmente en el contexto internacional donde su valor es económicamente rentable.
- Aprovechar las ventajas de la crianza del cuy, los bajos costos de producción y la reinversión de las utilidades en mejores especies, insumos, infraestructura, tecnología y capacitación.
- Emplear buenas prácticas de manufactura a costos económicamente beneficiosos, que permita situar un producto de calidad a precios acordes a los ingresos de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York.

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

6. Referencias bibliográficas:

6.1. Bibliografía.

- ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR, (2010). “Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones”, Registro Oficial N°. 351, (29/12/2010), Quito, Ecuador.
- PORTER, M. (2010). “Estrategia competitiva. Técnica para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia”. Editorial CECOSA. México DF, 1ª Edición. P. 61-62
- POSSO, M. (2009), “Metodología del trabajo de grado”, 4a Edición, Ibarra, Ecuador.
- SORDO, G. (2011). “Introducción al Comercio Internacional”. Editorial McGraw Hill, México, DF.
- TAMAYO Y TAMAYO, M. (2013). “Método Científico en El Pensamiento científico en la Investigación”. 5a Edición. Bogotá DC, Colombia.

6.2. Lincografía.

- ADUANA DEL ECUADOR, SENA. (2014). “Nomenclatura y características de las mercancías”. Encontrado en: http://portal.aduana.gob.ec/ipt_server/. (15/02/2014)
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, BCE. (2014). “Indicadores económicos y macroeconómicos del Ecuador”. Encontrado en: www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-ecnomicas2o (10/01/2014).
- COBUS GROUP ECUADOR. (2014). “Datos estadísticos de las exportaciones de la partida 0208.90”. Encontrado en: <http://www.cobusecuador.ec/html2/>. (17/02/2014)
- CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY, CIA. (2013). “Indicadores Socioeconómicos del Ecuador”. Encontrado en: <https://www.cia.gov/library/>. (09/05/2014).
- FOOD AND DRUG ADMINISTRATION, FDA. (2014). “Ley de Bioterrorismo”. Encontrado en: <http://www.fda.gov/Food/>. (12/04/2014)
- MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA, MSP. (2013). “Proceso de transición del INH a INSPI avanza”. Encontrado en: <http://www.salud.gob.ec/tag/instituto-nacional-de-higiene-y-medicina-tropical/>. (25/07/2014).
- PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, (2013-2017). “Objetivos nacionales para el buen vivir”. Encontrado en: www.buenvivir.gob.ec. (26/06/2014).
- PROECUADOR, (2013). “Ficha Comercial de Estados Unidos”. Encontrado en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/>. Quito, Ecuador. (10/06/2014).
- TRADE MAP, (2014). “Principales proveedores de carne y despojos comestibles a Estados Unidos (2008-2012)”. Encontrado en: http://www.trademap.org/tm_light/. (26/06/2014).

“La demanda existente de carne de cuy por parte de los inmigrantes latinos en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la oferta exportable en el Cantón Bolívar Provincia del Carchi.”

Lenin Raphael Burbano López (UPEC - Ecuador).