



Universidad del Azuay

Facultad de Ciencias Jurídicas

Escuela de Estudios Internacionales

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
EXPORTACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA
LÍNEA GOURMET DE EMBUANDES CIA.
LTDA. AL PERÚ PARA EL AÑO 2018**

**Licenciada en Estudios Internacionales, mención bilingüe en
comercio exterior**

Autora:

María Paula Flores Figueroa

Director:

Ing. Juan Carlos Pauta Ortiz

Cuenca Ecuador

2019

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi familia y a mi abuela Olga por su apoyo incondicional, su amor y confianza para lograr un objetivo más en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a la Empresa de Embutidos Embuandes Cía.Ltda.por permitirme acceder a sus instalaciones, de manera especial al Ingeniero Denis Tapia, Gerente Administrativo por su apoyo constante, al Dr. Oswaldo Mora, Ingeniera Fanny Segarra por toda la ayuda brindada.

Además quiero agradecer a mi director de tesis, Ingeniero Juan Carlos Pauta y a la Dirección de Escuela por aprobar el tema de mi proyecto que se aplicará posteriormente en la empresa Embuandes Cía. Ltda.

RESUMEN

El presente trabajo busca analizar la factibilidad y oportunidad que tiene la empresa EmbuandesCia. Ltda. de ingresar al mercado peruano con los productos de su línea Gourmet, permitiendo así ampliarse a lo largo del mercado internacional. Para lograr este objetivo se realizó un análisis situacional de la empresa a través de entrevistas a sus directivos, análisis de la industria de embutidos en la actualidad y el mercado meta en el país de destino Perú.

Por otro lado, se revisó la importancia que tiene el proceso de una negociación internacional en el comercio exterior al igual que se detalla paso a paso el proceso y logística de exportación e importación. Para este último proceso fue necesario contactar directamente a entidades gubernamentales como: la Dirección de Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura y Riego del Perú (MINAGRI), la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (AGROCALIDAD) y el Servicio de Aduana del Ecuador (SENAE), para solicitar el detalle de la documentación requerida.

Con la información proporcionada por la empresa se realizó un estudio económico y financiero para evaluar la rentabilidad de este proyecto cuyo resultado se presenta en diferentes gráficas de proyección financiera. En base a este resultado se determinaron posibles estrategias de posicionamiento para la empresa en el mercado peruano.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the feasibility and the opportunity that the company EmbuandesCia. Ltda. has in order to enter the Peruvian market with its Gourmet product line, thus allowing it to expand throughout the international market. To achieve this objective, a situational analysis of the company was carried out through interviews with its executives, analysis of the current situation of the processed meat industry and the target market in Peru.

On the other hand, the importance of the process of an international negotiation in foreign trade was reviewed; also a step-by-step detail of the export and import process and logistics was included. For this last process it was necessary to contact government entities directly such as: the Animal Health Directorate of the Ministry of Agriculture and Irrigation of Peru (MINAGRI), the Agency for Regulation and Control of Phytosanitary and Zoosanitary (AGROCALIDAD) and the Customs Service of Ecuador (SENAE), in order to have the detail of the required documentation.

With the information provided by the company an economic and financial study was carried out to evaluate the profitability of this project, the result of which is presented in different financial projection charts. Based on this result, possible market strategies for the company in the Peruvian market were determined.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
RESUMEN	IV
ABSTRACT	V
CAPÍTULO I.....	12
1. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	12
1.1 La producción de embutidos en el Ecuador.....	12
1.2 Tendencia de consumo en Ecuador y Perú	13
1.3 La empresa Embuandes Cía. Ltda.	14
1.3.1 Misión	16
1.3.2 Visión	16
1.4 Portafolio de Productos.....	16
1.4.1 Diseño	18
1.4.2 Catálogos	19
1.4.3 Clientes:	21
1.4.4 Etiqueta	22
1.5 Análisis FODA de la empresa Embuandes Cía. Ltda.	30
1.5.1 Fortalezas	30
1.5.2 Oportunidades	32
1.5.3 Debilidades	33
1.5.4 Amenazas.....	33
1.6 FODA Cruzado	33
1.7 El mercado meta peruano para Embuandes Cía. Ltda	36
1.8 Conclusión:	41
CAPÍTULO II.....	42
2. ESTUDIO OPERATIVO	42
2.1 Negociación Internacional	42

2.1.1	Proceso de Negociación.....	43
2.2	Proceso y Logística de Exportación desde Ecuador	45
2.2.1	Guía Logística	45
2.2.2	Marcado y Rotulado:	47
2.2.3	Estándares o Normas Internacionales:.....	49
2.2.4	Etiquetado de productos en el mercado peruano:.....	49
2.2.4.1	Formato de las advertencias.....	51
2.2.4.2	Ubicación de las advertencias publicitarias	52
2.2.4.3	Tamaño de las advertencias publicitarias	52
2.2.5	Contenedores	52
2.2.5.1	Clasificación por medidas.....	53
2.2.5.2	Clasificación por tipo de contenedores	54
2.2.6	Seguridad en la Cadena de Logística:.....	56
2.2.7	Selección del Medio de Transporte	59
2.3	Proceso de exportación desde Ecuador.....	66
2.3.1	De carácter internacional	67
2.3.2	De carácter nacional	68
2.4	Proceso de Importación en Perú	79
2.5	Regímenes aduaneros de Exportación	89
2.5.1	Reglamento de Exportación, Normativa Ecuatoriana	90
2.5.2	Análisis del mercado peruano para la exportación de los productos de Embuandes Cía. Ltda.	95
2.5.3	Análisis de la demanda del mercado peruano	97
2.5.4	Principales sectores de la economía peruana:.....	98
2.5.4.1	Moneda	101
2.5.5	Contexto Político	101
2.5.6	Contexto Social	103
2.5.7	Contexto Cultural	103

2.5.8	Contexto Ambiental.....	104
2.5.9	Contexto Tecnológico	105
2.6	Conclusión:	107
CAPÍTULO III		108
3.1	Estudio Económico y Financiero	108
3.1.1	Costos y Gastos de Exportación proyectados.....	108
3.1.2	Gastos Administrativos y de Comercialización	110
3.1.3	Determinación del Costo del Producto.....	113
3.2	Estrategias de posicionamiento en el mercado peruano	117
3.2.1	Proyecciones Financieras	130
BIBLIOGRAFÍA		137
ANEXOS.....		145

Índice de Tablas

Tabla 1.	Parámetros técnicos de alimentos procesados.....	24
Tabla 2.	Empresas, marcas y mercado al que se proyectan.....	38
Tabla 3.	Portafolio de Productos de la línea Gourmet-Embuandes.....	50
Tabla 4.	Modalidades de Despacho	79
Tabla 5.	Análisis de riesgo para importación	108
Tabla 6.	Pre-certificado o certificado sanitario de exportación.....	109
Tabla 7.	Registro de exportador	109
Tabla 8.	Gasto Administrativos y de Comercialización	111
Tabla 9.	Detalle de productos y su precio de costo	113
Tabla 10.	Rubros de los productos de Embuandes	114
Tabla 11.	Determinación de la base imponible	115
Tabla 12.	Cálculo de tributos a pagar	116

Tabla 13. Comparación de Precios	116
Tabla 14. Proyección de ventas	133
Tabla 15. Costos de producción y gastos de ventas	133

Índice de figuras

Figura 1. Logos de las marcas	16
Figura 2. Diseño de los productos Embuandes	18
Figura 3. Diseño del catálogo de productos Embuandes.....	19
Figura 4. Publicidad para locales de los clientes	21
Figura 5. Etiquetado de envases y paquetes.	22
Figura 6. Principales regiones que elaboran embutidos y fiambres	37
Figura 7. Marcas comerciales que dominan el mercado peruano.....	38
Figura 8. Incidencia de pobreza monetaria por grupos de departamentos.	40
Figura 9. Ubicación de los departamentos de Ica y Arequipa	41
Figura 10. Etapas del proceso de negociación.....	43
Figura 11. Aspectos a negociar en los diferentes tipos de comercio	44
Figura 12. Ilustración de los empaques utilizados en las exportaciones	47
Figura 13. Ilustración del rotulado	48
Figura 14. Advertencias publicitarias	50
Figura 15. Información general de contenedores estándar	53
Figura 16. Navieras en Ecuador	61
Figura 17. Compañías aéreas de carga en Ecuador	63
Figura 18. Proforma flete Ecuador- Perú.....	65
Figura 19. INCOTERMS 2010.....	68
Figura 20. Ejemplo de Declaración aduanera de Exportación	70
Figura 21. Ejemplo Factura comercial	71

Figura 22. Ejemplo de certificado de origen para Comunidad Andina	72
Figura 23. Ejemplo de autorización previa: Certificado Zoosanitario de Exportación ..	73
Figura 24. Ejemplo 2 de autorización previa: Certificado Zoosanitario de Exportación	73
Figura 25. Finalización de la Solicitud de certificado zoosanitario de Exportación	74
Figura 26. Modelo de cotización de exportación:	76
Figura 27. Proceso de Exportación.....	78
Figura 28. Organismos que intervienen en una operación de exportación.....	78
Figura 29. Lista de tributos.....	80
Figura 30. Convenios Internacionales	81
Figura 31. Modelo de relación detallada de carga.....	85
Figura 32. Proceso de Importación.....	88
Figura 33 Procedimiento de Habilitación de Empresas Exportadoras por el país importador.....	93
Figura 34. Importaciones de Embutidos y Fiambres, 2011-2017.....	95
Figura 35. Importaciones de embutidos y fiambres por país de origen y tipo de producto, 2014-2017.....	96
Figura 36. Importaciones de embutidos y fiambres por tipo de producto, 2014-2017.	97
Figura 37. Trabajo de las fuerzas que intervienen en la competencia.	117
Figura 38. Proyección de Ventas	122
Figura 39. Ventas proyectadas por año	122
Figura 40. Total de ventas proyectas por mes	123
Figura 41. Proyección de Ventas Embuandes sin exportaciones	124
Figura 42. Total de ventas proyectas sin exportaciones.	124
Figura 43. Proyección de ventas por mes sin exportaciones.	125
Figura 44. Estado de resultados con las proyecciones actuales de Embuandes	126
Figura 45. Proyección Cuentas Financieras Embuandes Cía. Ltda.	127
Figura 46. Proyección Financiera Embuandes Cía. Ltda.	127

Figura 47. Estado de Resultados con proyección de ventas-exportación:.....	128
Figura 48. Proyección Cuentas Financieras Embuandes Cía. Ltda.- Exportaciones....	129
Figura 49. Proyección Financiera Embuandes Cía. Ltda.-Exportaciones	129
Figura 50. Principales Gastos Embuandes	133
Figura 51. Costo de Venta frente a Ventas de Embuandes	134
Figura 52. Gastos operativos frente a Ventas de Embuandes	134
Figura 53. Gastos administrativos frente a Ventas de Embuandes.....	135

Índice de anexos

Anexo 1. Situación actual de la cadena de valor porcina	145
Anexo 2. Entrevista a personal administrativo y gerencia de Embuandes.....	155
Anexo 3. Reporte sectorial del Mercado de Embutidos en Perú	157
Anexo 4. Costos para análisis de riesgo	170

CAPÍTULO I

1. ANÁLISIS SITUACIONAL

1.1 La producción de embutidos en el Ecuador:

En Ecuador, la industria de alimentos es la principal actividad manufacturera, esta ha representado una tasa del 6,9% en el PIB nacional hasta el año 2015. Dentro de las principales producciones que forman parte de esta industria, se encuentran: la elaboración de productos cárnicos y bebidas con el 22% y 26% respectivamente, elaboración de productos varios 13%, manufacturas de aceites y grasas 11%, producción de lácteos 9%, productos de panadería con 9%, manufacturación de molinería 8%, producción de chocolates y confites 2% (Burgos, Maldonado y Chávez, 2017).

Dentro de producción de cárnicos se encuentra la elaboración de embutidos, generando una oferta distribuida en 241 empresas procesadoras, de todas estas manufacturas, únicamente 44 están certificadas bajo la norma internacional de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). En Ecuador la industria de embutidos tiene más de 85 años, entre las principales empresas de este sector se encuentran: Pronaca, Italimentos, Embuandes, Juris, La Europea, Don Diego, Piggis, Gruvalcorp, entre otros (Cárdenas, 2017).

Actualmente en nuestro país se producen 66 mil toneladas métricas de embutidos al año, en el 2016 las ventas de embutidos crecieron en un 14%. Estos productos se encuentran dentro de los siete alimentos que más aportan al consumo diario a nivel nacional por encima de la carne de cerdo, pescado y mariscos (Ministerio de Agricultura, 2017). (Ver anexo 1, informe MAGAP)

En la oferta de embutidos local, se encuentran también productos extranjeros principalmente de países como: Estados Unidos, Canadá y España. Sin embargo, la importación de estos productos ha disminuido en los últimos años, situación que resulta de las restricciones-salvaguardias implementadas por el gobierno nacional desde el año 2015 con el objetivo de regular las importaciones y equilibrar la balanza comercial del país.

En este contexto, el gobierno nacional a través del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), ha venido controlando durante los últimos años las importaciones de estos productos y materia prima a través de la asignación de cupos de importación por empresa, además de equilibrar la balanza comercial fomenta el consumo de productos nacionales.

1.2 Tendencia de consumo en Ecuador y Perú

En el mes de octubre de 2015, la OMS (Organización Mundial de la Salud) declaró que el consumo de carnes procesadas y carnes rojas, aumenta el riesgo de padecer cáncer de colon y estómago; sin embargo en países como Ecuador y Perú donde el consumo de estos productos es de aproximadamente 4.1kg y 2.5kg respectivamente por persona al año, cantidad menor a la consumida frente a otros países de la región, como: Chile con 8.1kg, Argentina con 7.4kg anual, Uruguay 65 kg y a nivel de América Latina se consume un promedio de 18kg (Soto Rodríguez, 2015).

Si bien esta declaración causó polémica en su momento y generó una disminución en las ventas de estos productos, esta situación fue temporal y la industria de embutidos apunta a tener un mayor crecimiento en los próximos años, debido a que el consumidor busca adquirir mejores productos con características de mayor valor agregado en su elaboración, como: exentos de gluten, libre de transgénicos, menos conservantes colorantes artificiales, entre otros.

El consumo de embutidos en el Ecuador ha crecido sustancialmente en los últimos, situación que podría ser explicada por factores como: mayor consumo de comida rápida, alternativa diligente de alimentación en los hogares donde las parejas trabajan jornadas extensas, búsqueda de alimentación baja en grasa y consumo de embutidos gourmet, el Primer Censo Porcícola en el año 2010, evidencia cifras de consumo de embutidos de 2,77 a 3,85 kilos de cada ecuatoriano por año (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ecuador, 2013).

El incremento en el consumo de embutidos se debe a algunos factores, como el aumento de la comida rápida y precocida que antes no era común en Ecuador, el reducido tiempo que disponen los padres de familia que trabajan y realizan las tareas del hogar, para quienes los embutidos se han convertido en una alternativa práctica, la preferencia por embutidos bajos en grasa, entre otros.

El crecimiento gastronómico que Perú ha experimentado gracias a su aumento económico, ha favorecido la importación de productos cárnicos de mayor valor agregado. Uno de los factores que mayor apoyo ha brindado al consumo de embutidos y jamones importados ha sido el rápido desarrollo de los métodos modernos de comercialización minorista (Palazuelos Cortés y Blázquez, 2013).

La demanda local de embutidos en la población peruana, está también abastecida por productos cárnicos procesados de países como: Estados Unidos, Chile, Dinamarca, España, Italia y otros. Cabe mencionar que el consumidor peruano al percibir mayores ingresos ha cambiado sus hábitos de consumo y busca adquirir productos de calidad con valor agregado, de buena presentación y otras características; particularidades que no siempre se encuentran en productos locales (Sociedad Nacional de Industrias, 2017).

Durante los últimos años la industria alimentaria se ha visto influenciada por el aumento en el poder adquisitivo de la población, teniendo como resultado un incremento en las ventas de las empresas de este sector. De acuerdo a un informe técnico sobre la evolución de la pobreza realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI) para el periodo 2009-2014, los peruanos destinaron la mayor parte de sus ingresos a alimentos, dejando gastos como los de vivienda y combustible en segundo y tercer lugar (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2015).

Analizando los dos mercados, se puede manifestar que Ecuador y Perú son países con un gran potencial para el crecimiento del mercado de embutidos en los próximos años, situación que se debe al bajo consumo por persona en comparación a los demás países de la región.

1.3 La empresa Embuandes Cía. Ltda.

La información de la empresa así como de catálogos y otros datos más que a continuación se describen, fue concedida por el Ing. Denis Tapia Ortiz y por el Dr. Oswaldo Mora, entrevista personal, 11 de febrero del 2018. Embuandes Cía. Ltda. es una empresa cuencana dedicada a producir de una gran variedad de embutidos y productos cárnicos para el consumo nacional. Embuandes Cía. Ltda., forma parte del grupo empresarial Gerardo Ortiz, logrando mantener un crecimiento constante en los últimos años gracias a la buena aceptación que tienen sus productos tanto a nivel local como a nivel nacional.

Embuandes se creó en el año 2007 con la finalidad de satisfacer y complementar con línea delicatessen propia a los locales de "Coral Hipermercados", empresa afín al grupo empresarial "Gerardo Ortiz". Al comenzar abasteciendo los delicatessen de Coral Hipermercados, se observa una buena acogida en sus consumidores, situación que motiva a comercializar a nivel nacional. Hoy en día Embuandes distribuye sus productos en todo el país, con una gran demanda en las ciudades de Guayaquil, Quito, Manta y Cuenca.

El nombre de la empresa se debe a que en nuestro país, los embutidos manufacturados en la región Sierra se consideran de mejor calidad por su asepsia y sabor, en base a este referente los directivos optaron por el nombre de "Embutidos de los Andes EMBUANDES". La empresa dispone de dos líneas de productos cárnicos, que son: "Embutidos Fraile", línea de alta calidad que ofrece productos premium, su nombre hace referencia a la reputación que en la antigüedad tenían los Sacerdotes o Frailes en hacer productos cárnicos de buena calidad, entre estos los embutidos. Por otro lado está la línea de "Embutidos de la Sierra", que es una marca económica con altos estándares de calidad y precios al alcance de todas las personas.

La empresa tiene una extensión de 2.800 m² y se ubica en la ciudad de Cuenca, exactamente en la Autopista Sur y Av. Felipe II detrás de Mall del Río. Su infraestructura está compuesta por una nave industrial adecuada para alimentos, así también cuenta con maquinaria de última generación de origen alemán, zonas climatizadas de acuerdo a la necesidad, cámaras frigoríficas para materia prima importada y producto terminado, laboratorios microbiológicos y bromatológicos para análisis y liberación de productos, a ello se suma una flota de transporte refrigerado para conservar la cadena de frío y garantizar la calidad del producto.

Embuandes cuenta con un total de 150 empleados entre obreros, choferes, parte administrativa, y otras plazas. De igual manera, con el objetivo de no incrementar costos y evitar el exceso de personal, la empresa comparte diferentes departamentos como: marketing, importaciones, compras, recursos humanos, con las demás organizaciones empresariales del grupo Gerardo Ortiz.

1.3.1 Misión

“Embuandes Cía. Ltda. contribuye a la satisfacción de sus clientes, ofreciendo productos cárnicos de altísima calidad para satisfacer los más exigentes paladares y a la vez garantizar salubridad e higiene.” (Embuandes, 2014)

La misión de la empresa es satisfacer las exigencias de sus clientes a través de brindar productos de alta calidad y que cumplan con la normativa vigente.

1.3.2 Visión

“Consolidarnos como una empresa líder en el Ecuador con proyección a mercados internacionales y ser la opción preferida de productos cárnicos para todos los hogares del país.”(Embuandes, 2014).

La visión, resalta la importancia que tiene satisfacer a sus clientes con sus productos y así convertirse en una empresa líder no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional.

1.4 Portafolio de Productos

Embuandes cuenta con un portafolio variado de 300 productos, el mismo que se reparte en cinco líneas: salchichas, mortadelas, chorizos, jamones y productos ahumados; los mismos que se manufacturan en dos producciones: Marca Sierra y Marca Frailes. A través de estas dos marcas, la empresa busca llegar a los consumidores de clase media y alta (marca Frailes) y baja (marca Sierra), sin embargo la empresa procura mantener una amplia variedad de productos en cada una de sus marcas (Embuandes, 2014).

Figura 1.

Logos de las marcas



Fuente:Departamento de marketing EmbuandesCía.Ltda. 2018

De acuerdo a lo indicado por el Dr. Oswaldo Mora, gerente de producción de Embuandes y a un reportaje realizado por la revista internacional CarneTec, los productos son elaborados bajo estrictas normas de calidad. El proceso de producción diario de la empresa inicia con la recepción de la materia prima; alrededor de 100 canales vacunas y 80 canales porcinos, las mismos son faenadas en camales autorizados y certificados por los organismos de control. Cabe indicar que los proveedores de materia prima son previa calificación y selección(Sulluchuco, 2015).

Los administrativos indican que el departamento de calidad se encarga de verificar la documentación emitida por el camal municipal, inmediatamente la materia prima es inspeccionada, clasificada, desinfectada, para luego ser almacenada en cámaras de refrigeración hasta que la carne tenga una temperatura interna de 2°C a 4°C, alcanzando así su maduración. Posterior a esto, la materia prima es trasladada a el área de deshuese para el desposte y los cortes obtenidos son clasificados de acuerdo al requerimiento comercial y necesidades de producción, cabe indicar que esta área se mantiene climatizada para garantizar la cadena de frío.

A continuación inicia el proceso de mezclado y homogenizado, donde la carne es introducida a un molino y se determina la granulometría de acuerdo al requerimiento de formulación para cada producto. Posteriormente en el proceso de mezcla se incorporan una variedad de ingredientes como especias y aditivos, con el objetivo de elaborar las diferentes pastas, las cuales son clasificadas en: pastas gruesas (chorizos, jamón, salami, entre otras.), pastas finas (salchichas, longaniza, mortadela, etc.) y en diferentes casos músculos enteros para ahumar.

Una vez que se obtienen las diferentes pastas, se procede a embutirlas en fundas y moldes, para luego enviarlas a los distintos procesos de cocción de acuerdo a las características y requerimientos de cada producto. El departamento de calidad verifica que el proceso de cocción haya terminado correctamente y productos específicos como salchichas, jamones, longanizas, son enviados a duchas frías para que reciban un choque térmico y así la temperatura baja de 74°C a 35°C.

Posteriormente los productos son llevados a cámaras de refrigeración en donde pasan por un periodo de cuarentena, el departamento de calidad es el encargado de realizar las respectivas pruebas y controles a cada lote para comprobar que los productos cumplan con todos los requerimientos de ley, uno de estos controles es el análisis microbiológico exigido por la norma técnica ecuatoriana INEN 1338. En este

proceso, los lotes que cumplen los controles de calidad son enviados al área de envasado y etiquetado.

En el área climatizada de envasado, los productos a través de maquinaria de última tecnología son rebanados, separados, empacados al vacío, entre otros procesos, de acuerdo a las especificaciones de cada producto y normativas sanitarias vigentes. Una vez etiquetados los productos pasan nuevamente por un periodo de cuarentena en la cámara de producto final, donde se mantiene a una temperatura de 2°C a 4°C. Después de este periodo, finalmente los productos son llevados a la zona de pre-embarque, donde se procede a los diferentes despachos de acuerdo a horarios establecidos.

1.4.1 Diseño

La empresa ha procurado mantener un diseño llamativo pero a la vez sobrio y atractivo para la disposición de clientes al cual van dirigidos sus productos.

Figura 2.

Diseño de los productos Embuandes



Fuente: Departamento de marketing Embuandes Cía. Ltda. 2018

1.4.2 Catálogos

De la misma manera, Embuandes maneja un esquema homogéneo para todos los catálogos de venta regulares, así como para temporadas especiales como: Día del Padre, Navidad, y otras fechas especiales; por tal razón el departamento de marketing trata de tener el mayor impacto en el consumidor mediante buenas fotografías de los productos.

Figura 3.

Diseño del catálogo de productos Embuandes



CÓDIGO
F009997

• LOMO FINO

- Corresponde a la parte posterior del lomo de la res.
- Es la parte más apreciada de la res.
- Ideal para todo tipo de receta.

Presentación: granel

CÓDIGO
F009812

• LOMO FALDA

- El Lomo de Falda está ubicado en la parte superior y hacia fuera del lomo de la res.
- No tiene hueso, es de textura suave.
- Se lo encuentra con y sin grasa.
- La grasa le da más sabor y jugosidad a la carne.
- Recomendable para parrillas y asados.

Presentación: granel

CÓDIGO
F009845

• PULPA REDONDA

- Se encuentra sobre los huesos de la cadera.
- Corte sin hueso, voluminoso, que incluye porción triangular o inferior de la cadera de consistencia blanda.

Presentación: granel

CÓDIGO
F009832

• PAJARILLA

- Corte blando.
- Se encuentra en la parte de la res.
- Adecuado para varias recetas.

Presentación: granel



EMBUTIDOS

Fraile

PERNIL AHUMANDO

...con sabor de Navidad

Código: F001090

- Preparado con pierna de cerdo a la que se agregan especias, luego cocinado y ligeramente ahumado.
- Puede acompañarse con salsa de chimichurri.
- Peso aproximado desde 13.2 libras (6 kilos) a 15.8 libras (7 kilos).
- Presentación: caja de cartón navideña cubierta de papel celofán.

100%

Carne

BIENAS

PRODUCTO DE ORIGEN ARGENTINO

EMBUTIDOS

Fraile

PAVO AHUMANDO

...con sabor de Navidad

Código: F001030

- Preparado con pierna de cerdo a la que se agregan especias, luego cocinado y ligeramente ahumado.
- Puede acompañarse con salsa de chimichurri.
- Peso aproximado desde 13.2 libras (6 kilos) a 15.8 libras (7 kilos).
- Presentación: caja de cartón navideña cubierta de papel celofán.

100%

Carne

BIENAS

PRODUCTO DE ORIGEN ARGENTINO

Fuente: Departamento de marketing EmbuandesCía.Ltda.. 2018

1.4.3 Clientes:

Como política de la empresa, Embuandes entrega publicidad a sus clientes y mantiene fidelidad con los mismos, cubriendo las tiendas de los clientes con publicidad de la empresa.

Figura 4.

Publicidad para locales de los clientes



Fuente: Departamento de marketing Embuandes Cía.Ltda. 2018

1.4.4 Etiqueta

El Sistema de etiquetado de envases y paquetes, van de acuerdo a las exigencias de las políticas de salud pública propuestas a partir de noviembre de 2013, donde se incluye un detalle gráfico de tipo semáforo, que permite conocer la información nutricional de los productos y su contenido de grasas, carbohidratos y sal. Además de información del fabricante, registro sanitario, peso, fecha de elaboración y expiración, entre otros aspectos.

Figura 5.

Etiquetado de envases y paquetes.



Fuente: Departamento de marketing Embuandes Cía. Ltda. 2018

Actualmente, Embuandes fabrica productos especiales que no se encuentran en el mercado de carnes procesadas, entre estos productos tenemos: salchicha schublig, enrollado de pollo, pastel de carne, tocino relleno, pollo relleno, jamón relleno, entre otros, estos productos son un plus de la empresa y fueron desarrollados por técnicos alemanes, siendo estos productos exclusivos y apetecidos por diversos clientes. En base a este escenario, Embuandes con el objetivo de mejorar su portafolio y hacerlo más atractivo al consumo, considerando la demanda actual del mercado ha creado la línea “Gourmet”, donde se incluyen productos más nutritivos y saludables a precios asequibles, además ofrecen a sus consumidores productos con características especiales como: libres de gluten, bajos en grasa, fuente de proteína, entre otros.

La línea “Gourmet” se distingue de la línea Fraile y Sierra por su etiqueta color negra, la cual va dirigida a llamar la atención del consumidor más exigente, además es una línea producida con materia prima de alta calidad, por tal razón su precio es mayor en comparación al resto de las líneas; su precio se ha estimado para una persona promedio. Si bien todos los productos del portafolio son producidos con materia prima de calidad, para la línea “Gourmet” se realiza una selección especial y se cumple con características como: anti alérgenos, libre de gluten y/o soya, sin transgénicos, entre otras exigencias de alta manufactura, la línea “Gourmet” es la indicada para la exportación debido a que cumpliría con las exigencias de los mercados internacionales.

Observando el movimiento externo de consumo de mercado, la preferencia de la población peruana por los embutidos es alta, entre los productos más demandados se encuentran: el chorizo, jamón, salchicha tipo hotdog, jamonada y hamburguesa. De igual manera, el consumo de estos productos se ve influenciado por el incremento en el poder adquisitivo de la población, lo cual hace que el consumidor opte por productos de mayor precio (Moreno, 2015).

Considerando el portafolio de Embuandes y la demanda del mercado peruano, tenemos el fundamento sobre la línea Gourmet como una opción de mayor calificación por su estándar de calidad, así como la variedad de productos que mayormente se consumen en la población, de esta manera se proyecta a consumidores de clase media y media-alta. Si bien en Perú los productos gourmet son importados mayoritariamente de países europeos, el portafolio de Embuandes representa una gran opción frente a la

competencia, la oferta de productos variados y de calidad a precios competitivos debido a las preferencias arancelarias.

Los productos de la línea Gourmet de Embuandes se comercializan en varias presentaciones como a granel, que son para mercados y venta más popular o en empaques al vacío, se ofrecen con diferente gramaje desde 50 gramos (línea de consumo diario), hasta productos de 5 kilos para mayoristas y restaurantes. Cabe indicar que esta lista de productos es flexible a las necesidades del cliente, es decir si se necesita una presentación o embalaje diferente, Embuandes se ajusta a la necesidad del consumidor. A continuación se presenta el portafolio de productos actual de Embuandes:

Tabla 1.

Portafolio de Productos de la línea Gourmet-Embuandes

GOURMET	
F001050	TOCINO AHUMADO GOURMET FRAILES
F001057	TOCINO GOURMET REBANADA FRAILES
F00205P	CHORIZO PAISA BOTÓN GOURMET
F003041	JAMÓN DE PIERNA GOURMET
F006090	JAMÓN FRAILE GOURMET PAVO GRANEL
F004304	MORTADELA GOURMET
F004306	MORTADELA PREMIUM GOURMET
F004307	MORTADELA EXTRA GOURMET
F006080	SALCHICHA FRAILE GOURMET PAVO
F006206	SALCHICHA FRANKFURT GOURMET
F006216	FRANKFURT GOURMET HOT DOG
F004301	MORTADELA PREMIUM GOURMET
F006085	CHORIZO FRAILE GOURMET PAVO
LIGHT	
F003090	JAMÓN LIGHT
F003302	JAMÓN LIGHT DE POLLO
F0013FT	JAMÓN ESPECIAL SSFT
F003301	MIX DE JAMONES LIGHT
SALCHICHAS	
F0060FT	SALCHICHA DE POLLO SSFT
F00600A	SALCHICHA COCKTAIL
F006005	SALCHICHA COCKTAIL FRAILES POLLO
F00601B	SALCHICHA FRANKFURT SUPER
F00601C	SALCHICHA FRANKFURT AHUMADA

F00601J	SALCHICHA AHUMADA JUMBO
F00601N	SALCHICHA HOT DOG FRAILE
F00603H	SALCHICHA HOT DOG LIGHT
F006032	SALCHICHA MULTIAHORRO
F006039	SALCHICHA SIERRA
F00604M	SALCHICHA MUNICH
F006040	SALCHICHA OLMAS FRAILES
F006045	SALCHICHA CHIPOLATA FRAILES
F006048	SALCHICHA DESAYUNO
F006070	SALCHICHA VIENESA FRAILES
F006075	SALCHICHA PARRILLERA DE LA SIERRA
F006093	SALCHICHA SHUCBLIG FRAILES
F009010	SALCHICHA CERVELAT
F009030	SALCHICHA ESPECIAL CRUDA FRAILES
F00602E	MINI-SALCHICHA POLLO
F006021	VIENESA FRAILES
F006067	VIENESA POPULAR AHUMADA DE LA SIERRA
F00606C	FRANKFURT VIENESA
F00606E	FRANKFURT VIENESA AHUMADA
F00504B	SALCHICHÓN SIERRA
F006050	SALCHICHÓN CERVECERO

LONGANIZA

F002107	LONGANIZA PRAGA
F002108	LONGANIZA ESPECIAL
F00211H	LONGANIZA SERRANA FRAILE
F00211L	LONGANIZA TÍPICA
F0027FT	LONGANIZA GRUESA SSFT

MORCILLAS

F00212F	MORCILLA ARGENTINA FRAILES
F002120	MORCILLA AL GRANEL
F002129	MORCILLA CRIOLLA FRAILES
F0068FT	MORCILLA SSFT

CHORIZO

F00200Q	CHORIZO CERVECERO-AHUMADO FRAILES
F00200K	CHORIZO COLOMBIANO AHUMADO
F002000	CHORIZO COLOMBIANO
F00200A	CHORIZO COLOMBIANO CERVECERO GIGANTE
F00200R	CHORIZO COLOMBIANO "R" FRAILES
F00201M	CHORIZO COLOMBIANO DE POLLO
F00602A	CHORIZO DE POLLO FRAILE
F002019	CHORIZO CUENCANO AHUMADO

F00202A	CHORIZO CUENCANO FRAILES PRECOCIDO
F00202T	CHORIZO CUENCANO CRUDO FRAILES
F002001	CHORIZO AHUMADO
F00202H	CHORIZO AHUMADO JUMBO
F00202M	CHORIZO AHUMADO JUMBO PIZZERO
F002027	CHORIZO PARA PICADA
F002029	CHORIZO ESPAÑOL AHUMADO
F0023FT	CHORIZO ESPAÑOL
F0020FT	CHORIZO ESPAÑOL AHUMADO SSFT
F002031	CHORIZO PINCHO FRAILES
F002040	CHORIZO DE FREÍR
F002042	CHORIZO PAISA
F002043	CHORIZOS BANDEJA MIX
F00205A	CHORIZO TERNERA FRAILES PRECOCIDO
F002060	CHORIZO BUTIFARRA DELGADO FRAILES
F00215A	CHORIZO PARRILLERO FRAILES PRECOCIDO

CHORICILLO

F00209F	CHORICILLO AHUMADO FRAILES
F00209I	CHORICILLO SIERRA
F002091	CHORICILLO FRAILE BANDEJA
F002093	CHORICILLO PICANTE
F002094	CHORICILLO CONTINUO FRAILE
F00202D	CHORICILLO CUENCANO AHUMADO
F00215C	CHORICILLO PARRILLERO FRAILES

JAMÓN

F0030FT	JAMÓN DE PIERNA SSFT
F00300A	JAMÓN AMERICANO SIERRA
F003000	JAMONES EMBUANDES
F00301B	JAMÓN DE ESPALDA
F00301C	JAMÓN DE PIERNA
F00301D	JAMÓN DE POLLO GRANDE
F00301E	JAMÓN DE PAVO
F00301F	JAMÓN ESPECIAL
F003022	JAMÓN ESPECIAL DE PIERNA FRAILES
F003023	JAMÓN ESP PIERNA REB PIZZERO FRAILE
F003039	JAMÓN DE PECHUGA DE PAVO
F003040	JAMÓN AHUMADO DEL FRAILE
F003045	JAMÓN DE RES
F003050	JAMÓN PRAGA AHUMADO FRAILES A
F003055	JAMÓN VISKYNG FRAILES A
F003082	JAMONCITO AMERICANO
F0036FT	JAMÓN ESPECIAL 2 HORNEADO SSFT

F0032FT	JAMÓN DE PIERNA FUNDA SSFT
JAMONADA	
F004060	JAMONADA FRAILES
F0046FT	JAMONADA SSFT
MORTADELA	
F0040FT	MORTADELA BOLOGNIA GRUESA SSFT
F00400B	MORTADELA BOLOGNIA DELGADA FRAILES
F00400F	MORTADELA BOLOGNIA FRAILE TACO
F00400G	MORTADELA BOLOGNIA PLASTICA FRAILE
F00400K	MORTADELA BOLOGNIA REV FRAILES
F00400O	MORTADELA BOLOGNIA PARA REBANADO
F004013	MORTADELA BOLOGNIA ESPECIAL-FRAILES
F0042FT	MORTADELA BOLOGNIA TACO BOLA SSFT
F004009	MORTADELA EXTRA GRUESA FRAILES
F00404Q	MORTADELA EXTRA DELGADA FRAILES
F00400M	MORTADELA DE POLLO FRAILE ECO
F004011	MORTADELA ESPECIAL SIERRA LARGA
F004040	MORTADELA ESPECIAL ANCHA TACO
F00404B	MORTADELA ESPECIAL SBI SIERRA
F00403B	MORTADELA CORTADA EXTRA SIERRA B
F00404M	MORTADELA MULTIAHORRO
F004110	MORTADELA DE CHAMPIÑONES
SALAME	
F005000	SALAME EMBUANDES
F005001	SALAME CERVECERO
F005010	SALAME MILANO
F005014	SALAME DE AJO PIEZA
F005040	SALAME DE LA SIERRA
F005050	SALAME MILANO FRAILES TACO
PEPERONI	
F005005	PEPERONI PIZZERO FRAILES
F005011	PEPERONI FRAILES
TOCINO	
F001053	TOCINO FRAILES
F00105C	TOCINO AHUMADO EL HORNERO
F0015FT	TOCINO AHUMADO SSFT
F001051	TOCINO RELLENO
F0012FT	TOCINO SSFT CAJA
CHULETA	
F00908B	CHULETA CENTRO CERDO MARIPOSA REBANADA
F009082	CHULETA FRESCA RES NACIONAL
F009805	CHULETA DE CERDO NACIONAL
F009090	CHULETA CUELLO CERDO REBANADA

F009091	CHULETA CENTRO CERDO BARRA
F009095	CHULETA DE CERDO PARRILLERA
F001010	CHULETA AHUMADA
COSTILLAR	
F009829	COSTILLAR DE CERDO
F001001	COSTILLA AHUMADA AL GRANEL
F001004	COSTILLITAS AHUMADAS AL GRANEL
F009815	COSTILLA DE RES
CARNE	
F007015	CARNE MOLIDA DE RES
F007010	CARNE MOLIDA ESPECIAL DE RES
F009869	CARNE MOLIDA RES RANCHERA
F009085	CARNE MOLIDA DE CERDO
F007021	HAMBURGUESA RES FRAILES
F007022	CARNE DE RES APANADA
F009808	CARNE DE RES ATRAVESADO
F009851	CARNE DE RES PARRILLERA GRANEL
F009872	CARNE PARA SECO RES RANCHERA
F009084	CARNE CERDO PARA FRITADA
F009839	CARNE FILETEADA DE RES
F009816	CARNE DE RES FILETEADA RANCHERA
F009840	CARNE FILETEADA DE CERDO
F009841	CARNE FILETEADA DE POLLO
F009820	LOMO FINO DE CERDO
F009874	LOMO FINO DE RES
F009824	LOMO CERDO PARA ASADO
F009998	LOMO ASADO DE RES
F009812	LOMO FALDA DE RES
F001020	LOMO DE CERDO AHUMADO
F001023	LOMO DE RES AHUMADO
F001022	LOMO CALIFORNIA
F009876	LOMO FALDA DE RES FILETEADA
F007090	PIERNA ENTERA DE CERDO
F009092	PIERNA DE CERDO CON HUESO ENTERA
F009094	PIERNA DE CERDO MINI
F009081	PIERNA DE CERDO CON HUESO ENTERA SIN CUERO
F009804	PIERNA DE CERDO DESHUESADA SIN CUERO
F00980A	PIERNA DE CERDO MARINADA
F00103H	PERNIL DESHUESADO PIEZA
F001030	PERNIL AHUMADO
F001031	PERNIL HORNEADO
F001032	PERNIL RUSTICO HORNEADO
F001033	PERNIL ENROLLADO
F001035	PERNIL DESHUESADO AL GRANEL

F009807	PULPA DE PIERNA DE RES
F009823	PULPA DE CERDO
F009831	PULPA REDONDA DE RES
F009833	PULPA PRIETA DE RES
F009813	SALÓN DE RES
F009827	BIFE DE CHORIZO
F009832	PAJARILLA DE RES
F009836	STEAK ESPECIAL DE RES
F009201	LECHÓN CRUDO
F009200	CANAL DE CERDO
F009848	OSOBUCO DE RES
F009880	PUNTA DE ANCA RES EMP/VACIO
PASTEL	
F003065	PASTEL MEXICANO
F003066	PASTEL MEXICANO FRAILES
F003071	PASTEL DE CARNE HORNERO FRAILES
F003074	PASTEL DE CARNE FRAILES
PATE	
F005030	PATE DE HÍGADO
F008010	PATE DE HÍGADO FRAILES

PAVO	
F001072	PAVO AHUMADO
F001041	PECHUGA PAVO AHUMADA
F001070	PAVO HORNEADO
F009060	PAVOS CRUDO
F009063	PAVO MARINADO
F009071	PAVOS AVITALSA
POLLO	
F001040	POLLO AHUMADO
F001044	ALITAS AHUMADAS DE POLLO
F001048	PIERNITAS AHUMADAS DE POLLO
F00104A	POLLO RELLENO
F001046	ALITAS DE POLLO B/Q
F009860	PECHUGA DE POLLO
F009861	POLLO CRUDO
F009086	CARNE MOLIDA DE POLLO

NAVIDEÑOS	
F001021	LOMO DE CERDO NAVIDEÑO
F001025	LOMO AHUMADO NAVIDEÑO
F001034	PERNIL NAVIDEÑO
F001036	PERNIL ENROLLADO NAVIDEÑO
F001037	PERNIL RÚSTICO NAVIDEÑO

F001074	PAVO NAVIDEÑO
F003044	JAMÓN NAVIDEÑO FRAILES
F003075	PASTEL NAVIDEÑO
F00400C	MORTADELA BLOG NAVIDEÑA
F006053	SALCHICHÓN NAVIDEÑO
F001045	ENROLLADO DE POLLO NAVIDEÑO
VARIOS	
F009999	RECORTES DE EMBUTIDOS
F009304	PICADITAS
F006226	PICADAS ESPECIALES
F009306	EMBUTIDOS PARA RECORTE
F009802	CUERO DE CERDO
F009806	PATAS CRUDAS DE CERDO
F009809	RABO DE RES
F009810	PATAS CRUDAS DE CERDO AHUMADAS
F009811	PATAS CRUDAS DE CERDO PROCESADA
F009817	CRIDADILLAS DE RES
F009819	CUARTOS TRASEROS DE RES
F009849	RABOS DE CERDO
F009881	CUERO DE CERDO
F009988	MENUDENCIAS
F009814	HUESO CARNUDO DE RES
F009822	HUESO DE CERDO PARA FRITADA
F001060	PATITAS DE CHANCHO AHUMADO
F00105R	RECORTES DE TOCINO
F001076	EISBEIN
F002101	BOTONES DE ASADO
F00301K	COMBO SANDUCHERO JAMÓN ESPECIAL + QUESO HOLANDÉS
F009083	HUESO BLANCO RES
F009996	RIÑONES DE RES
F0091FT	MIX PARRILLERO INIVIDUAL SSFT
F009110	MIX PARRILLERO FRAILES
F009111	MIX PARRILLERO
F0092FT	MIX PARRILLERO DOBLE SSFT
F009087	PARRILLADA FRAILE BANDEJA MIX

Fuente: Departamento de VentasEmbuandesCía.Ltda. 2018

1.5 Análisis FODA de la empresa Embuandes Cía. Ltda.

1.5.1 Fortalezas

1. Embuandes al ser parte del grupo empresarial Gerardo Ortiz comparte varios de los procesos internos, por ejemplo el de importaciones.

2. Existe relación entre los directivos de la empresa, lo cual permite evaluar y mejorar su funcionamiento, además de analizar el comportamiento del mercado y la competencia.
3. Importación de materia prima de calidad como: carne, proteínas, almidón, bandejas, film & empaques, especias y condimentos, entorno que favorece a la calidad del producto volviéndose más competitivo y diferenciándolo en el mercado ecuatoriano.
4. Un portafolio de productos diversificado y categorizado con las mejores materias primas importadas, al igual que la capacidad de desarrollar y elaborar nuevos productos que van en relación a la demanda del mercado local e internacional.
5. Se cuenta con una cadena de abastecimiento de suministros eficiente a nivel local y nacional, lo que potencializa la entrega de los productos a tiempo.
6. Existe un departamento especializado en estudio de mercado, este utiliza técnicas de observación directa y levantamiento de información de productos líderes de la competencia.
7. Embuandes oferta productos de calidad que cumplen con altos estándares internacionales, entre las que ostenta es la de buenas prácticas de manufactura (BPM), INEN, ISO-22000, haciendo que sus productos sean sometidos a constantes análisis bromatológicos y microbiológicos en cada una de las etapas de producción.
8. La empresa cuenta con una flota de vehículos refrigerados para el transporte, garantizando así la cadena de frío de sus productos.
9. Embuandes cuenta con infraestructura propia, su fábrica está ubicada en la ciudad de Cuenca y sus bodegas principales en las ciudades de Guayaquil, Quito y Manta.
10. Apertura de la empresa a opiniones y sugerencias de los clientes con la finalidad de mejorar su servicio.
11. Existe una constante innovación tecnológica, permitiendo a la empresa optimizar su proceso de producción.

12. Embuandes forma parte de uno de los grupos empresariales más importantes del Ecuador, esto permite tener un mayor reconocimiento en el mercado.

1.5.2 Oportunidades

1. Ecuador y Perú son parte de las siguientes organizaciones: Comunidad Andina de Naciones (CAN), Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y del Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en Desarrollo (SGPC), entorno que facilita el comercio entre los países miembros.
2. El consumo per cápita de embutidos y carnes rojas en Perú es de 2,5 kilos anual con un potencial de crecimiento, mientras que en Chile es de aproximadamente 8,1 kilos y en Argentina es de 10 kilos anual; es decir, el mercado peruano es apto para la expansión del consumo de estos productos.
3. Embuandes se encuentra en proceso de obtención de la certificación Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), condición que asegura optimización en la producción y un excelente control de calidad en los productos de la empresa.
4. El portafolio actual que ofrece Embuandes es similar a la que ofertan las empresas competidoras en el país de destino Perú.
5. La distancia y la relación entre los dos países, permite que la logística de los productos sea ágil, rápida, oportuna y favorezca a la comercialización.
6. La política peruana garantiza estabilidad jurídica a inversionistas extranjeros y a sus empresas bajo el marco de la ley “políticas de inversión basadas en el trato no discriminatorio y mediante la suscripción de convenios con carácter de contrato/ley” (Ministerio de Economía y Finanzas del Perú).
7. A pesar que en los últimos años la expansión de canales modernos como supermercados e hipermercados en Perú es significativo, existen todavía zonas alejadas de la capital, donde no cuentan con una buena distribución de embutidos.
8. Su capacidad de producción en la actualidad alcanza el 80%, que representa un total de 500 toneladas mensuales, la diferencia (20%), puede destinarse para el incremento por el nuevo mercado.

1.5.3 Debilidades

1. Falta de experiencia en procesos de exportación de productos con respecto a la competencia.

1.5.4 Amenazas

1. La existencia de grandes, medianas y pequeñas empresas de embutidos competidoras dentro del mercado peruano.
2. El precio del portafolio de productos de “Embuandes” podría verse afectado por el tipo de cambio (3.25 soles por 1 USD).
3. Incertidumbre sobre la dirección política que puedan asumir ambos países.
4. El Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado entre Estados Unidos y Perú permite que varias partidas arancelarias estén libres de impuestos. Situación que favorece al precio de productos similares y de las materias primas proporcionando ventaja a los a los productos peruanos frente a los productos de “Embuandes”. Sin mencionar la consolidación y tercerización de nuevas empresas de embutidos extranjeras que se pueden establecer en Perú.

1.6 FODA Cruzado

F8+O5.- La empresa cuenta con una flota de vehículos refrigerados propios que mantiene inalterable la cadena de frío de los productos, esto junto con la proximidad entre los dos países representa una gran ventaja, ya que Embuandes podría abastecer al mercador de forma eficiente y oportuna.

F4+O4.- Embuandes posee un portafolio de productos diversificado similar al que oferta la competencia en el mercado peruano. Así también, posee la capacidad de desarrollar y elaborar productos nuevos que permitirá responder oportunamente a las exigencias del mercado.

F7+O3.- La empresa oferta productos de calidad que cumplen con certificaciones como: Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.), INEN, ISO-22000. De igual manera la empresa está en proceso de obtención de la certificación Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), certificación que garantizará la optimización de manufacturación y un excelente control de calidad, permitiendo que los productos tengan un estándar de calidad más alto a nivel nacional e internacional.

F11+O4.-La inversión constante en innovación tecnológica permite elaborar productos de calidad que van en paralelo a la demanda de mercado y en este caso Embuandes ajustaría su portafolio de productos a las preferencias del mercado peruano.

A4+O6.- El Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado entre Estados Unidos y Perú favoreció que varias partidas arancelarias estén libres de impuestos. Esto implicaría que el precio de productos similares y de materia prima sea menor al que manejan las demás empresas internacionales. Sin embargo, la política peruana garantiza estabilidad jurídica a empresas extranjeras mediante su marco de ley y política de inversión, situación que permitiría a Embuandes ventajas competitivas que compensen las preferencias arancelarias que tienen las empresas locales.

F1+A2.- Al compartir diferentes procesos internos del grupo Gerardo Ortiz la empresa Embuandes reduce sus gastos administrativos, lo cual beneficia directamente a los costos de producción y el precio final de sus productos. De esta manera se podría contrarrestar los costos asociados al tipo de cambio de moneda, costos de exportación, etc., y la empresa podría manejar una mejor rentabilidad.

F3+O1.- La posibilidad de importar materia prima de países suscritos a tratados comerciales que el Ecuador integra, es una posibilidad a ser analizada. Embuandes tendría que considerar la calidad y disponibilidad de materias primas con el objetivo de no afectar la calidad de sus productos.

F12+A1.-Embuandes siendo parte de uno de los grupos empresariales más importantes del Ecuador y ofertando un portafolio variado de productos de calidad que se ajustan al mercado, podrá estar a la par de empresas pertenecientes a esta industria en el mercado peruano.

O6+A3.-Si bien existe incertidumbre política con cada gobierno en Perú y Ecuador, las políticas de Perú garantiza en su legislación la estabilidad jurídica a empresas extranjeras lo cual incentiva la inversión en este país.

F5+O7.- Embuandes con una perspectiva eficiente en su cadena de abastecimiento permitirá entregar sus productos oportunamente, pudiendo enfocarse en abastecer zonas donde la distribución de embutidos es reducida en el mercado peruano.

F6+A1.- El contar con un departamento especialista en estudio de mercado permite conocer las preferencias de consumo, garantizando una mayor capacidad de

respuesta a las exigencias y demanda del mercado peruano y así tener ventaja sobre la competencia existente en Perú.

F1+D1.- La falta de experiencia de Embuandes en procesos de exportación podría solventarse con la asesoría de los diferentes departamentos que comparte la empresa en el grupo Gerardo Ortiz.

F6+O2.- Al disponer de un departamento de análisis de mercado, se puede tener un seguimiento de consumo per cápita de embutidos en Perú, la demanda insatisfecha y los productos que puedan generar competencia en este mercado.

F10+O7.- El tener apertura hacia las opiniones y sugerencias de los clientes permitirá analizar de mejor manera la demanda de las zonas en donde no se tiene una buena distribución de embutidos en Perú.

F2+A2.- La relación existente entre los directivos de Embuandes les permitirá analizar oportunamente estrategias que contrarresten el precio del portafolio de productos en el mercado peruano.

A2+F9.- Al contar Embuandes con infraestructura propia, los costos administrativos se reducen e influyen de manera significativa en el precio final de los productos. De igual manera esto podría representar una ventaja para ofrecer un portafolio con precios competitivos en Perú.

O8+F6.-A través del departamento especializado en estudio de mercado se podrían sugerir productos nuevos que cumplan con las exigencias del mercado, esto implicaría que la producción de Embuandes se eleve y se aproveche la capacidad de producción que en la actualidad llega al 80%.

Con el análisis FODA se aprecia que la empresa Embuandes cuenta con un elevado número de fortalezas frente a las debilidades y amenazas. Estas fortalezas se relacionan principalmente con los productos y servicio que la empresa ofrece, situación que debería seguir siendo el enfoque principal para poder contrarrestar las debilidades y amenazas propias de la empresa y del mercado local como internacional.

En un entorno favorable para la apertura de comercialización, se observan varias oportunidades de primacía en el mercado peruano como son: la seguridad jurídica, la cercanía de los países para logística, tratados comerciales, potencial de crecimiento

para el consumo de embutidos, y otros aspectos, situaciones que Embuandes podría ajustar su oferta y así ser más competitiva.

Existen también amenazas propias del mercado peruano sobre las que no se puede tener el control, como: la situación política del país, firma de tratados comerciales, tipo de cambio y la presencia de empresas competidoras; sin embargo estas amenazas representan también un reto para la empresa y son similares a las que enfrenta actualmente en el Ecuador.

Finalmente la principal debilidad que tiene Embuandes es la falta de experiencia en procesos de exportación, sin embargo al trabajar con el departamento de importaciones del grupo Gerardo Ortiz, el mismo que asesora a varias empresas del grupo que exportan sus productos, ayudaría a solventar este problema.

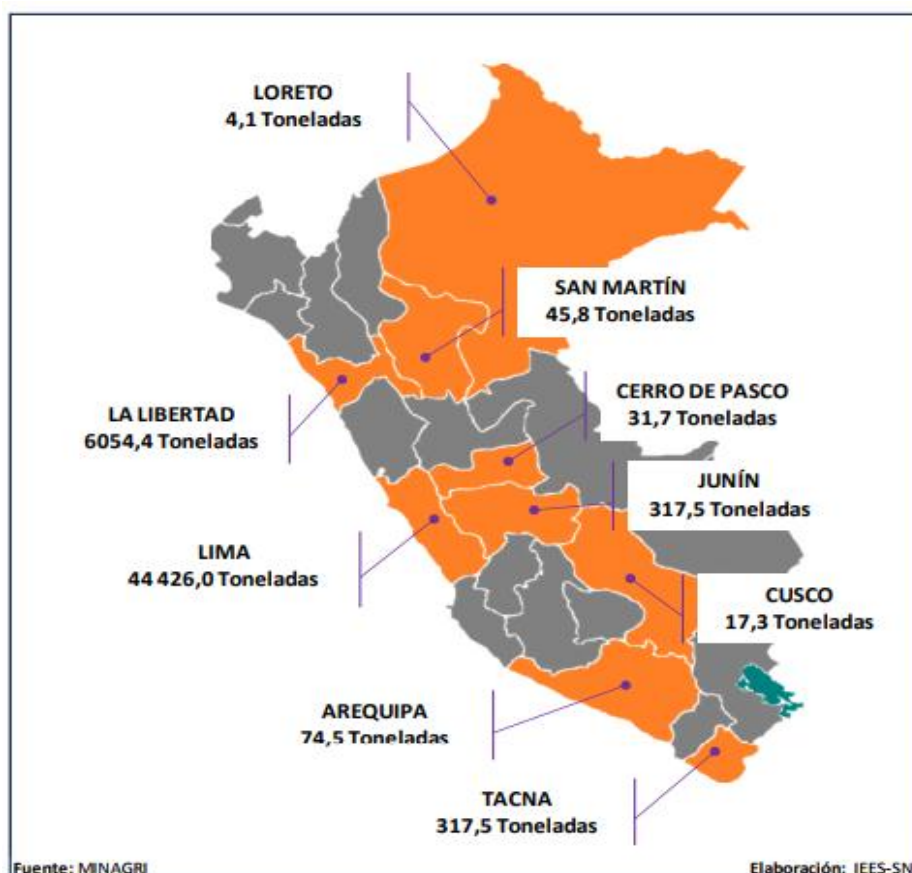
1.7 El mercado meta peruano para Embuandes Cía. Ltda.

De acuerdo Kotler y Armstrong (2008), el concepto de mercado se perfila como “el conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir”. De igual manera, los autores mencionan que para determinar el mercado meta se debe seguir un “proceso en el que se evalúe que tan atractivo es cada segmento de mercado y seleccionar el o los segmentos a lo que se ingresará”.

En base a este entorno, el mercado de embutidos de Perú es atractivo para la inversión de cárnicos procesados, debido a las oportunidades de crecimiento como lo es el bajo consumo de estos productos por habitante en comparación al consumo de otros países de la región. La producción local de embutidos en este país creció un 47% entre los años 2007-2016, uno de los factores influyentes, ha sido el aumento en el poder adquisitivo de la población, situación que ha generado la construcción de canales modernos como supermercados e hipermercados, además de la disminución de la industria informal; la producción de estos alimentos procesados (embutidos) se concentra principalmente en dos localidades: Lima Metropolitana y La Libertad (Instituto de Estudios Económicos y Sociales, 2017).

Figura 6.

Principales regiones que elaboran embutidos y fiambres



Fuente: Sociedad Nacional de Industrias, 2017

La presencia de la industria informal en el mercado peruano ha sido motivo de preocupación para la industria de embutidos, sin embargo de acuerdo a datos de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), la informalidad ha disminuido en los últimos años representando actualmente tan solo el 10% del mercado. Esta reducción tiene relación con la preferencia de los consumidores por adquirir productos de mayor calidad y certificación sanitaria, además de una presentación y empaque adecuados, facilitando que la industria formal de embutidos gane mercado en este país (Saavedra, 2015).

En realidad a este contexto, las empresas del sector de embutidos han optado por incorporar a su portafolio de productos dos líneas, una que ofrezca productos más económicos y otra con productos dirigidos a clientes de mayor poder adquisitivo (El Comercio, 2016).

Dentro de las principales empresas de la industria de embutidos que abastecen el mercado peruano y representan más del 90% de la producción local se encuentran: San

Fernando, Ti-Cay, Sociedad Suizo Peruana de Embutidos- SUPEMSA, Razzeto, Braedt y Laive (Instituto de Estudios Económicos y Sociales, 2017).

A continuación se presenta el detalle de las diferentes marcas y el segmento de mercado al cual están enfocadas las empresas del sector de embutidos:

Tabla 2.

Empresas, marcas y mercado al que se proyectan

EMPRESAS	MARCAS	SEGMENTO DE MERCADO
Fábrica de embutidos Walter Braedt S.A.	Braedt	Medio-alto
LaiveS.A.	Laive	Medio-alto
	La Preferida	Medio-bajo
Sociedad Suizo Peruana de Embutidos-SUPEMSA	Otto Kunz	Medio-alto
	La Segoviana	Medio-bajo
Ti-Cay Procesadora de Alimentos	Don Pepito	Medio-alto
	Cerdeña	Medio-bajo
Productos Razzeto y Nesterovic S.A.C.	Razzeto	Medio-alto
San Fernando S.A.	San Fernando	Medio

Fuente: Palazuelos Cortés y Blázquez, 2013

Figura 7.

Marcas comerciales que dominan el mercado peruano



Fuente: Sociedad Nacional de Industrias, 2017

Anteriormente se analizó el portafolio de productos de la empresa Embuandes y en relación a las preferencias del consumidor peruano, se propone que la línea gourmet sería la opción más adecuada para este mercado. Esta línea de productos va enfocada a un segmento de consumo medio-alto y se orienta a satisfacer requerimientos en productos nutritivos y saludables de calidad.

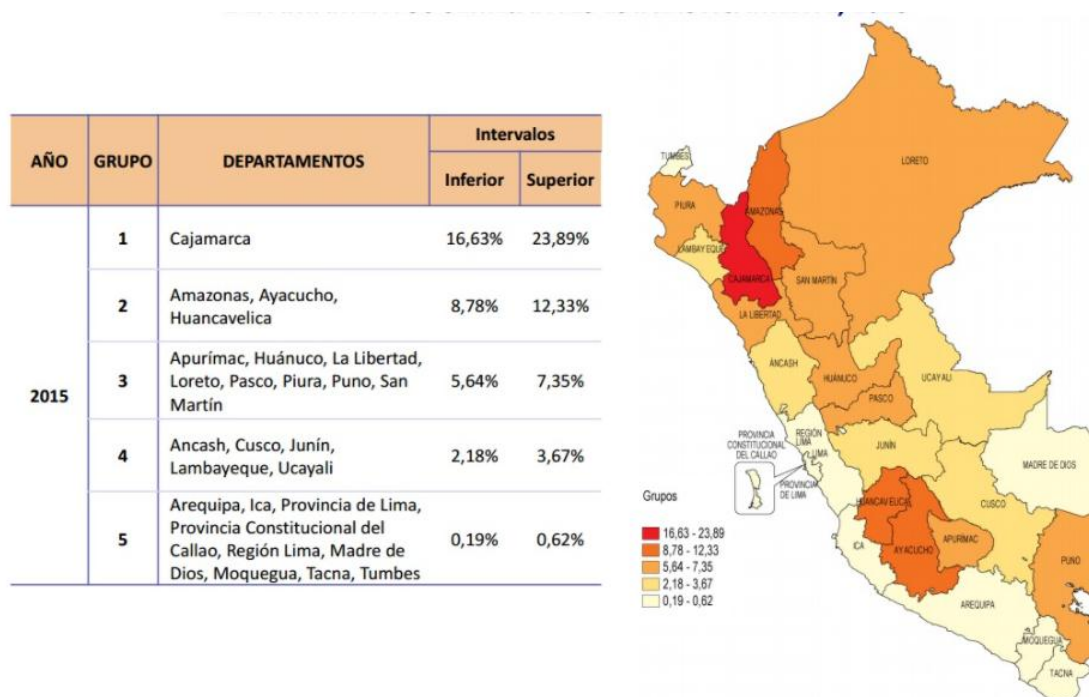
Para determinar el mercado meta de la línea gourmet de Embuandes, es necesario analizar la situación del país de destino a nivel región, además se debe considerar la situación económica de su población y el abastecimiento de productos cárnicos procesados. Si bien el poder adquisitivo de la población en Perú ha crecido durante los últimos años, existen todavía zonas con un alto nivel de pobreza.

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú INEI, la pobreza económica reduce la capacidad de gasto mensual de un individuo, por tanto determinan como pobre a quien tiene un límite de gasto inferior al precio de una canasta básica de consumo (alimentos y no alimentos). La zona sierra tiene el índice más alto de pobreza, principalmente en los departamentos de Cajamarca y Huancavelica, mientras que en la costa el departamento de Ica tiene el índice más bajo (Flores, 2017).

En el siguiente gráfico se agrupan los diferentes departamentos de Perú en base a la incidencia de pobreza monetaria de los últimos años. En el quinto grupo se encuentran los departamentos con el índice de pobreza más bajo: Arequipa, Ica, Provincia de Lima, Provincia Constitucional del Callao, Región Lima, Madre de Dios, Moquegua, Tacna y Tumbes.

Figura 8.

Incidencia de pobreza monetaria por grupos de departamentos.



Fuente: Hidalgo, 2016

A partir del quinto grupo, precisamente los departamentos de Ica y Arequipa pueden ser mercados atractivos para los productos de Embuandes, debido a situaciones como mantener el índice más bajo de pobreza (Departamento de Ica), por otro lado el Departamento de Arequipa existe un número importante de población extranjera(sudamericanos y europeos principalmente), factor que incide en la demanda de diferentes productos y servicios basados en las costumbres de esta población (Hanco, 2015).

Otro factor importante a considerar, es el desarrollo turístico que existe en estos dos departamentos y a nivel del país, escenario que ha permitido el desarrollo del sector hotelero, restaurantes, y otros mercados de servicios, acrecentando la demanda de productos de calidad gourmet que muchas veces es necesario importarlos(Instituto de Estudios Económicos y Sociales, 2017).

Figura 9.

Ubicación de los departamentos de Ica y Arequipa



Fuente: Perucycling, 2018

1.8 Conclusión:

En este capítulo se ha analizado la situación e importancia que tiene la industria de alimentos y de embutidos en el país, al igual que se comparó la tendencia de consumo que tiene la población tanto en Ecuador como en Perú de estos productos. En ambos países existe un gran potencial de crecimiento para el mercado de embutidos en los próximos años.

Con ayuda del análisis FODA se concluye que en la actualidad la empresa Embuandes cuenta con mayor número de fortalezas que de debilidades y amenazas, lo cual le permitiría tener una mayor posibilidad de internacionalizar sus productos. Además de considerar este análisis, se investigó la situación del país de destino Perú para poder determinar el mercado meta peruano para los productos de Embuandes, siendo los departamentos de Ica y Arequipa los más dispuestos.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO OPERATIVO

2.1 Negociación Internacional

Para el autor García (2015), el proceso de globalización ha permitido el desarrollo rápido del comercio internacional, obligando de cierta manera a los países a integrarse al mercado mundial y así evitar quedarse rezagados en el subdesarrollo y pobreza. Hoy en día, varias naciones y bloques de países promueven la apertura de sus mercados y la negociación internacional a través de la firma de acuerdos comerciales, implementación de políticas en beneficio de sus exportaciones, y otros convenidos a favor del comercio exterior, esto con el objetivo de mantener una balanza comercial favorable que beneficie el crecimiento de la economía interna.

La negociación consiste en un proceso donde intervienen dos partes enfrentadas, quienes a través del acercamiento de posiciones buscan conseguir una situación aceptable para ambas, de manera que puedan crear, mantener o desarrollar una relación(García, 2015).

En la negociación internacional intervienen actores diferentes países quienes negocian en el mercado exterior. Para el caso de empresas como Embuandes Cía. Ltda., la negociación internacional es de tipo comercial ya que se busca un acuerdo de comercialización de bienes, el cual puede ser:

- Compraventa internacional de productos
- Prestación internacional de servicios
- Acuerdos de intermediación con distribuidores y agentes comerciales
- Alianzas estratégicas(García, 2015)

Es importante destacar que la negociación internacional se diferencia de la negociación nacional en varias particularidades, como: se negocia bajo un marco legal distinto en cada país (normativa de importación/exportación, aranceles, obligaciones contractuales, y demás marcos de ley), así también existen diferencias culturales que deben tomarse en cuenta al momento de negociar (idioma, costumbres, entre otros), diferencias comerciales/financieras (negociación centrada en precios, tipo de cambio

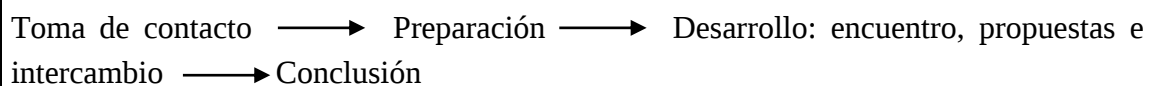
moneda, y más aspectos económicos). Por todos los factores anteriormente mencionados, la negociación internacional resulta más compleja y requiera un mayor esfuerzo y tiempo para obtener los resultados esperados (García, 2015).

2.1.1 Proceso de Negociación

El proceso de negociación internacional inicia desde que las partes involucradas toman contacto para la negociación hasta que se llega un acuerdo. Este proceso en general consta de las siguientes etapas:

Figura 10.

Etapas del proceso de negociación



Fuente: García, O. 2015. **Elaborado por:** La Autora

Analizando cada punto que interviene en la relación comercial, expuesto por García (2018), se determina:

- 1) **Toma de contacto:** el primer encuentro es la etapa clave para empezar a crear un clima de trabajo favorable entre ambas partes y garantizar el éxito en las siguientes etapas de negociación.
- 2) **Preparación:** en esta etapa es importante trabajar en una propuesta comercial que genere interés y que incluya las expectativas de las partes.
- 3) **Desarrollo:** es la etapa en la que se debate la propuesta comercial.
- 4) **Conclusión:** se da con la firma de un acuerdo en el que se incluyen términos, plazos, cláusulas que deben ser acatadas por las partes.

Cabe indicar que no todas las negociaciones siguen este orden exacto por lo que las partes negociadoras deben evaluar cual secuencia se adapta mejor a sus circunstancias y tener en cuenta la etapa de negociación en la que se encuentran.

En el siguiente cuadro se detallan los aspectos a negociar en los diferentes tipos de acuerdos comerciales. Los aspectos señalados con asterisco son decisivos y pueden presentar un mayor conflicto en la negociación.

Figura 11.

Aspectos a negociar en los diferentes tipos de comercio

COMPRAS DE PRODUCTO	• Tipo y gama de producto • Calidad • Cantidad • Condiciones de entrega. • Precio* • Condiciones y medios de pago. • Plazo de entrega. • Garantías
PRESTACIÓN DE SERVICIOS	• Obligaciones del prestador del servicio • Obligaciones del cliente • Precios (honorarios) • Subcontratación • Modificaciones o ampliaciones del servicio • Penalizaciones por retrasos
ACUERDOS CON DISTRIBUIDORES Y AGENTES COMERCIALES	• Objetivos comerciales • Gama de productos • Área geográfica • Exclusividad territorial • Condiciones de entrega y de pago • Precios y descuentos • Intercambio de información • Pactos de no competencia • Duración y causas de extinción del contrato.
ALIANZAS ESTRATÉGICAS	• Delimitación de productos, sectores, mercados y clientes • Aportaciones de capital de cada socio • Valoración de activos, maquinaria, instalaciones, patentes, marcas, asistencia técnica, etc., aportados por cada socio. • Composición de los órganos de Administración. • Sistemas para la toma de decisiones (<i>quorums</i>). • Nombramiento de puestos directivos • Control del negocio

Fuente: García, O. 2015

La forma de pago, es un punto importante a considerar en la negociación con el comprador extranjero o importador, por tal razón se tienen formas de pago diferente:

- **Pago anticipado:** cuando el pago de la importación debe hacerse con anterioridad al embarque de la mercancía. No existe la seguridad de que el vendedor le embarque lo solicitado, por lo que sólo se basa en la confianza que

el importador le tenga a su vendedor. Esta clase de pago no se trata de una cobranza directa sino de una importación directa pre pagada.

- **A través de cobranzas:** el exportador tiene cierto grado de confianza con el importador y sabe que sí le cancelará el valor de su embarque, por lo cual el que corre con el mayor riesgo es el vendedor, estas cobranzas pueden ser:
 - Directa: importador y exportador solamente.
 - A través de un representante del exportador, es decir toda la documentación será canalizada a través de dicho representante del exportador en la ciudad o país del importador.
- **A través de un banco:** con una carta de crédito irrevocable y confirmado. El pago debe hacerse mediante el compromiso del importador (o comprador) a través de su banco (emisor) y un banco en el país del exportador (banco corresponsal). El pago al exportador lo efectúa el banco confirmante que generalmente es el mismo banco corresponsal, siempre y cuando el beneficiario del crédito (exportador) cumpla con los requisitos solicitados en el crédito.
- **A consignación:** cuando las condiciones de pago de la negociación internacional se estipulan en función de las cantidades realmente vendidas en el país de destino (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2018).

2.2 Proceso y Logística de Exportación desde Ecuador

2.2.1 Guía Logística

Una de las etapas más delicadas en el proceso de exportación es la del traslado de los productos al mercado externo. Para el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2017), el orden de requerimientos que debe cumplir la actividad exportadora como: empaque, embalaje, marcado y rotulado; garantizando que el producto llegue en buen estado a su destino final y sea aceptado en el mismo.

Empaque:

Es todo producto utilizado para proteger, contener, manipular y presentar el producto final, siendo estos desde materia prima hasta productos terminados. El tipo de

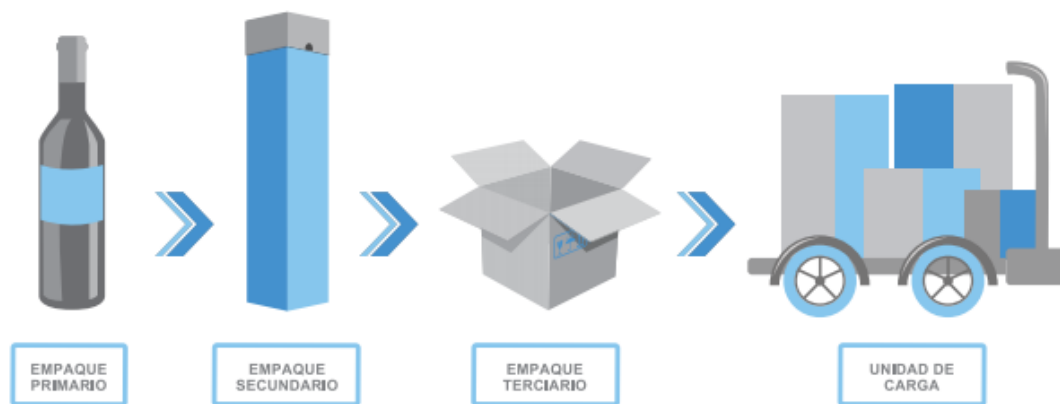
material a utilizarse depende del producto, el tipo de transporte (terrestre, aéreo o marítimo) y el destino final.

Tipos de empaque:

- **Empaque Primario:** también empaque de venta, es el que está en contacto directo con el producto final. Debe contener datos fundamentales en los que se incluyen el nombre del producto, marca, peso, variedad, productor y país de origen. Asimismo, los productos perecederos deben incluir la fecha de producción y la de vencimiento. Algunos productos advierten acerca de su grado de toxicidad, forma de manipulación y condiciones de almacenamiento. Los productos de calidad, elaborados bajo normas industriales aplicadas, poseen un código de barras, que se traduce en una serie de dígitos que presentan información acerca del productor y del producto como tal, facilitando el rápido control de inventarios y costos.
- **Empaque Secundario:** es un complemento externo que puede contener el empaque primario, permitiendo simplificar su distribución y almacenamiento. Se encuentran las cajas de cartón, crates, canastas, bandejas, cajas agujereadas, entre otros. Éstas deben contener ordenadamente las unidades, además de ajustarse al producto aprovechando sus dimensiones al máximo, las mismas deben estar debidamente marcadas indicando la cantidad de unidades, su resistencia máxima de apilamiento, marca del producto y sus características básicas.
- **Empaque Terciario:** es el que agrupa empaques primarios o secundarios facilitando la manipulación y el transporte de los mismos. Los materiales se seleccionan de acuerdo a las disposiciones del producto; sin omitir costos, especificaciones del comprador, estándares internacionales, resistencia, fletes y entorno ambiental. Entre los empaques más utilizados se encuentran las cajas de madera, cajas de cartón, pallets, contenedores, tambores, jaulas, sacos, fardos, balas, forros plásticos. La agrupación de los productos dentro de sus respectivos sistemas de empaque y/o embalaje, debidamente asegurados y montados sobre la estiba, se conoce con el nombre de paletización. De la misma forma, la agrupación de pallets o contenedores se denomina unitarización, dentro de los grandes contenedores de embarque se agregan divisores o tabiques de cartón o plástico, con el fin de dividir y asegurar la mercancía. La carga es provista previamente de refuerzos a los costados y en los extremos para aumentar su resistencia a la compresión(Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Figura 12.

Ilustración de los empaques utilizados en las exportaciones



Fuente: PRO ECUADOR, 2017

2.2.2 Marcado y Rotulado:

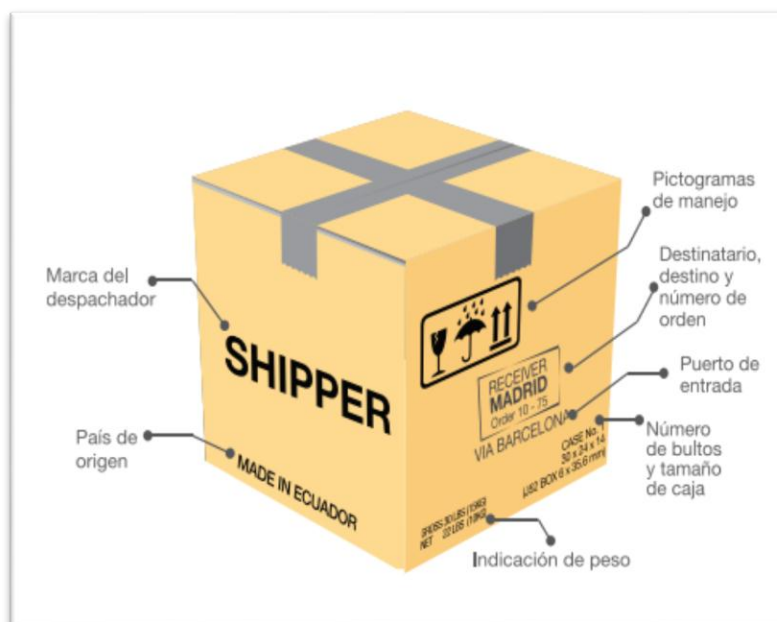
El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2017) prioriza la importancia del marcado o rotulado de los empaques, debido a que permite identificar los productos facilitando su manejo y ubicación en el momento de ser monitoreados. El marcarse produce mediante impresión directa, rótulos adhesivos, stickers o caligrafía manual en un costado visible del empaque y debe cumplir las siguientes características establecidas en la norma ISO 7000:

- Nombre común del producto y variedad
- Tamaño y clasificación del producto, indicando número de piezas por peso, o cantidad de piezas en determinado empaque o embalaje.
- Cantidad
- Peso neto
- Cantidad de envases o unidades y peso individual
- Especificaciones de calidad. En caso de que el producto se clasifique en diferentes versiones.
- País de origen
- Nombre de la marca con logo
- Nombre y dirección del empacador

- Nombre y dirección del distribuidor
- En el costado opuesto del empaque se destina sólo para información sobre transporte y manejo del producto.
- Pictogramas. Acorde a la norma internacional ISO 780, se utilizan símbolos gráficos en lugar de frases escritas.
- Las marcas de manipulación deben estar impresas en la parte superior izquierda y su tamaño debe superar los 10 centímetros, en colores oscuros.
- Identificación de transporte. Número de guía aérea o identificación del embarque, destino, número total de unidades enviadas y códigos de los documentos de exportación.
- Para tener mejor identificación en aduana al momento del aforo cuando la carga viene consolidada se recomienda marcar el nombre del importador, N° de orden de compra, marcarlos numéricamente como 1 de 1, 1 de 2, etc.

Figura 13.

Ilustración del rotulado



Fuente: PRO ECUADOR, 2017

2.2.3 Estándares o Normas Internacionales:

El conocimiento de las normas internacionales específicas para el empaque y manipulación de mercancías es de vital importancia al momento de preparar el producto para su exportación. Entre las normas técnicas de mayor consulta y aplicación se encuentran: Norma ISO 3394 (establece las dimensiones de las cajas, pallets y plataformas) y las Normas ISO 780 y 7000 (disponen las instrucciones sobre manejo y advertencia de la carga), siendo símbolos pictóricos que se deben ubicar en los empaques y que indican: fragilidad, toxicidad, y otras advertencias de manejo. Si se cuenta con la tecnología adecuada se pueden incorporar códigos de identificación electrónica tales como el UPC, siglas de Universal Product Code y el EAN, sigla de European Article Numbering. El material utilizado en las marcas debe ser indeleble, resistente a la abrasión y al manejo. Todos los contenedores deben estar visiblemente etiquetados y marcados en el idioma del país de destino. Es importante tener en cuenta que el reglamento de la Organización Internacional del Trabajo O.I.T, indica: por razones ergonómicas se ha estipulado que ninguna carga que requiera manipularse por fuerza humana en algún momento de su distribución física internacional, podrá tener peso bruto superior a 25 Kg (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

2.2.4 Etiquetado de productos en el mercado peruano:

De acuerdo la ley de “Promoción de la Alimentación Saludable” vigente en Perú, busca reducir y eliminar enfermedades crónicas no transmisibles como el sobrepeso, obesidad, diabetes, hipertensión, entre enfermedades relacionadas con la alimentación(Eguren, 2016). Esta normativa es aplicable a todas las personas naturales y jurídicas que fabriquen, comercialicen, importen, suministren y anuncien alimentos procesados dentro del país(Gobierno de la Republica del Perú, 2017).

En la siguiente tabla, se explican los parámetros técnicos establecidos para los alimentos procesados, donde hacen referente al contenido de azúcar, sodio, grasa saturada, grasa trans, para su etiquetado:

Tabla 3.*Parámetros técnicos de alimentos procesados.*

Parámetros Técnicos	Plazo de entrada en vigencia	
	A los seis (6) meses de la aprobación del Manual de Advertencias Publicitarias	A los treinta y nueve (39) meses de la aprobación del Manual de Advertencias Publicitarias
Sodio en Alimentos Sólidos	Mayor o igual a 800 mg /100g	Mayor o igual a 400 mg /100g
Sodio en Bebidas	Mayor o igual a 100 mg /100ml	Mayor o igual a 100 mg /100ml
Azúcar Total en Alimentos Sólidos	Mayor o igual a 22.5g /100g	Mayor o igual a 10g /100g
Azúcar Total en Bebidas	Mayor o igual a 6g /100ml	Mayor o igual a 5g /100ml
Grasas Saturadas en Alimentos Sólidos	Mayor o igual a 6g /100g	Mayor o igual a 4g /100g
Grasas Saturadas en Bebidas	Mayor o igual a 3g /100ml	Mayor o igual a 3g /100ml
Grasas Trans	Según la Normatividad Vigente	Según la Normatividad Vigente

Fuente: Gobierno de la República del Perú, 2017.

Aquellos alimentos procesados cuyo contenido de sodio, azúcar y grasas saturadas excedan estos parámetros técnicos establecidos, deberán incluir las siguientes advertencias publicitarias en su empaque:

Figura 14.*Advertencias publicitarias*

Fuente: Ministerio de Salud Pública, 2017

2.2.4.1 Formato de las advertencias

De acuerdo al Ministerio de Salud Pública de Perú (2017), en conjunto con la ley de alimentación saludable, indica que las advertencias publicitarias deben ser consignadas de modo claro, legible, destacado y comprensible en la cara frontal de la etiqueta del producto, según las siguientes especificaciones y textos de advertencia que se indican a continuación:

- Forma geométrica: Octógono
- Color: negro y blanco
- Tipografía: Helvética LTStd-Bold

Al interior del octógono:

Para los alimentos procesados que superen los parámetros técnicos de sodio, azúcar y grasas saturadas, deberá incluirse el texto: “ALTO EN”, seguido de: “SODIO”, “AZÚCAR”, “GRASAS SATURADAS”, en uno o más símbolos independientes, según corresponda.

Para los alimentos procesados que superen los parámetros técnicos de Grasas Trans, deberá incluirse el texto “CONTIENE GRASAS TRANS”.

Línea negra y fondo de color blanco.

Esta especificación debe estar bajo el octógono, donde se ubicará el siguiente texto si los alimentos procesados superen los parámetros técnicos de Sodio, Azúcar y Grasas Saturadas, “EVITAR SU CONSUMO EXCESIVO”. Para los alimentos procesados que superen los parámetros técnicos Grasas Trans se colocará el texto “EVITAR SU CONSUMO”.

Adicionalmente se deberá considerar el número de advertencias presente en los productos.

- Si el producto incluye dos o tres advertencias referidas a: ALTO EN SODIO, ALTO EN AZÚCAR, ALTO EN GRASA SATURADAS, se manejará una sola leyenda “Evitar su consumo excesivo”. La referida leyenda se ubicará al pie de los octógonos presentes, según se detallan en la figura 14.
- Si el producto contiene la advertencia CONTIENE GRASAS TRANS, esta utilizará la leyenda respectiva “Evitar su consumo”, según se detalla en la figura 14.

- Si el producto contiene cuatro advertencias referidas a: ALTO EN SODIO, ALTO EN AZÚCAR, ALTO EN GRASA SATURADAS y CONTIENE GRASAS TRANS se empleará dos leyendas: “Evitar su consumo excesivo” para ALTO EN SODIO, ALTO EN AZÚCAR Y ALTO EN GRASA SATURADA y “Evitar su consumo” para CONTIENE GRASAS TRANS.

Todas las leyendas anteriormente especificadas se ubicarán al pie de los octógonos presentes, según se detallan en la figura 14 y manteniendo las proporciones establecidas.

2.2.4.2 Ubicación de las advertencias publicitarias

Las advertencias publicitarias establecidas por el Ministerio de Salud (2017), indica sobre su ubicación en la zona superior derecha de la cara frontal de la etiqueta y se mantendrá en todos los tamaños de las etiquetas, si el producto maneja más de una advertencias, se procederá a identificaren un orden de derecha a izquierda de la etiqueta: Alto en Sodio/ Alto en Azúcar/ Alto en Grasas Saturadas.

De requerir la advertencia ALTO EN GRASAS TRANS, esta se colocará debajo de la primera línea al lado derecho (ver figura 14).En caso que el diseño de la etiqueta no permita seguir lo antes señalado, el fabricante debe asegurar que la ubicación de las advertencias sea visible y legible para los consumidores.

2.2.4.3 Tamaño de las advertencias publicitarias

Se establecen cuatro tamaños para las advertencias publicitarias, los mismos que se determinan en función de rangos del área total de la cara frontal o cara principal de la etiqueta. En el caso de que la etiqueta tenga un área menor de 50 cm² se exceptuarán de rotular el o los símbolos con las advertencias “ALTO EN”, en cuyo caso este o estos símbolos deberán rotularse en la etiqueta del envase mayor que los contenga(Ministerio de Salud Pública del Perú, 2017).

2.2.5 Contenedores

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2017) establece especificaciones claras sobre los contenedores y sus medidas estándares para la exportación de los productos, determinando como contenedor a un equipo de transporte en forma de cajón, cisterna, tanque movable u otro elemento análogo, es un recipiente de

carga para el transporte aéreo, marítimo o fluvial, transporte terrestre y transporte multimodal. Es un embalaje de gran tamaño que facilita el transporte de la carga; sus dimensiones se encuentran normalizadas para facilitar su manipulación.

Las siglas TEU (Twenty-foot Equivalent Unit) representa la unidad de medida de capacidad del transporte marítimo en contenedores. Un TEU es la capacidad de carga de un contenedor normalizado de 20 pies. Aparte del contenedor de 20 pies, que se computa como un TEU, existen otros tamaños y tipos de contenedores, siendo los de uso más frecuente los de 40 pies equivalentes a 2 TEU ó 1 FEU (Forty-foot Equivalent Unit). Lo más común para referirse al número de contenedores que atiende una terminal o que mueve un buque es la unidad de medida TEU, si el contenedor es de 40 pies se lo cuenta como 2 TEUS (Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

2.2.5.1 Clasificación por medidas

Los contenedores más utilizados en el comercio exterior ecuatoriano por medidas son el de 20 pies, el de 40 pies y el 40 pies HC (High Cube). Sus medidas se muestran en el siguiente cuadro:

Figura 15.

Información general de contenedores estándar

INFORMACIÓN GENERAL DE CONTENEDORES ESTÁNDAR			
	20'	40'	40' HIGH CUBE
DIMENSIONES	20' X 8' X 8"	40' X 8' X 8"	40' X 8' X 9'6"
TARA	2,370 kg / 5,220 lb	4,030 kg / 8,885 lb	4,010 kg / 8,840 lb
CARGA MÁXIMA	30,130 kg/ 64,430 lb	28,470 kg/ 62,765 lb	28,490 kg/ 62,810 lb
PESO BRUTO	32,500 kg / 71,650 lb	32,500 kg / 71,650 lb	32,500 kg / 71,650 lb
LARGO	5,900 mm / 19'4"	12,032 mm / 39'5"	12,032 mm / 39'5"
ANCHO	2,352 mm / 7'8"	2,352 mm / 7'8"	2,350 mm / 7'8"
ALTURA	2,395 mm / 7'10"	2,395 mm / 7'10"	2,700 mm / 8'10"
CAPACIDAD	33.2 m3 / 1,172 ft3	67.7 m3 / 2,390 ft3	76.3 m3 / 2,694 ft3



Fuente: PRO ECUADOR, 2017

2.2.5.2 Clasificación por tipo de contenedores

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2017), enumera una serie de contenedores permitidos para la exportación de acuerdo a necesidades de los productos a ser exportados:

- **Dry o Seco:**

El contenedor dry o seco es el medio de transporte estándar de construcción básica, hecho de acero sin sistema de refrigeración o ventilación. Éste contenedor es el más usado de todos los contenedores en el mercado mundial, las medidas son 20', 40', 40' HC (High Cube) y 45'.

- **Reefer o refrigerado:**

La carga se conserva bajo refrigeración constante o calefacción simplemente conectando el contenedor con la fuente de alimentación del barco, de las instalaciones de las terminales, o de fuentes de energía móviles. Durante el transporte por mar, las temperaturas deben comprobarse regularmente. Los contenedores refrigerados tienen un aislamiento de espuma de poliuretano que mantiene la carga fresca después de que la unidad se desconecta de una fuente de energía. Una temperatura de -20° dentro del contenedor subirá sólo 2° cada 24 horas, incluso con una temperatura exterior de 20°. La capacidad máxima de enfriamiento de una unidad es de -20° con una temperatura exterior de 45°.

- **Insulado Conair:**

Contenedor insulado existen de 20' y 40', diseñados para cargas que requieren de temperaturas constantes o por debajo del punto de congelación, tiene paredes recubiertas de espuma de poliuretano para proporcionar el máximo aislamiento. La temperatura es controlada por las plantas del terminal o del buque.

- **Ventilado:**

Ha sido diseñado para cargas específicas que no pueden sufrir cambios abruptos de temperatura, debido a su nivel de humedad. Con dos juegos de ventiladores a cada lado del contenedor, en el techo y piso y actuando a todo lo largo del contenedor, el aire cálido húmedo fluye a través de los respiraderos del techo mientras el aire fresco fluye

al interior a través de los respiraderos inferiores. También, algunas cargas necesitan ser transportadas en contenedores ventilados para evitar la acumulación de gases.

- **Granelero:**

Un embarque de granos es normalmente llevado del silo del exportador en camiones al barco; al puerto de descarga y al final al consignatario, exponiendo la carga a pérdidas y daños. Este contenedor permite que la carga se lleve del exportador directo al consignatario sin ningún manipuleo extra. Tienen escotillas en el techo para su llenado y compuertas en los paneles frontales para su vaciado. También tiene puertas como el contenedor estándar de 20', lo cual hace posible su empleo para carga general.

- **Open Top:**

Los contenedores de techo abierto (open top) fueron desarrollados para determinadas cargas que no son aptas para ser introducidas por la puerta. Sin techo, la carga es estibada a través del techo. Una lona encerada asegurada por ganchos cubre y protege la carga. El contenedor de techo abierto es construido en dos dimensiones básicas: 20' y 40'.

- **Flat Rack:**

Los contenedores flat rack son diseñados para cargas con bordes irregulares, con dimensiones que se extienden más allá de las medidas internas de los contenedores secos, se los encuentra en 20' y 40'. Pueden ser con paneles frontales fijos o plegables que ayudan a la aplicación de los mismos y sin paneles laterales (plataforma). La ventaja de transportar carga en contenedores flat rack reside básicamente en el uso de solamente un trincado y también en la velocidad de la carga y descarga de la mercadería.

- **Tanque:**

Estos contenedores sirven para trasladar elementos como vino, cerveza, leche, aceites comestibles, lubricantes, resinas naturales, plasticidas, látex sintético y otros productos químicos clasificados por IMO (peligrosos y no peligrosos). Se encuentran disponibles en 20' y 40'.

- **Open Side:**

Es igual que el modelo estándar o Dry Van siendo su mayor característica que es abierto en uno de sus lados. Se utiliza para cargas de mayores dimensiones en longitud que no se pueden cargar por la puerta del contenedor.

2.2.6 Seguridad en la Cadena de Logística:

El ser humano es el eslabón más débil de la seguridad en la cadena de suministros, para esto se ha creado una serie de medidas que se usan para mitigar sus estragos en los negocios, pasando desde los sellos de contenedores, custodias armadas de personas, etiquetas de identificación por radiofrecuencia (RFID) y Sistema de posicionamiento global (GPS) están ofreciendo algunas opciones interesantes que permiten identificar el lugar exacto de ubicación de un bien o medio de transporte y se usan tanto en contenedores, paletas, caja, entre otros. La seguridad de la cadena de suministros se enfrenta a todo tipo de ataques por parte de individuos, ya sean falsificaciones, contrabando o robos (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2015).

Sellos de seguridad:

Los sellos de seguridad son esenciales para asegurar sus productos en sus transportes o en sus almacenes de un intento de violación o robo. Al existir muchos tipos de contenedores y bienes transportados, es importante conocer los diferentes tipos y aplicaciones de los sellos de seguridad para escoger el precinto adecuado para los productos a transportar o almacenar.

Ante esta realidad que se enfrenta el comercio internacional, es necesario para las empresas conocer las recomendaciones y exigencias en materia de seguridad, mejorando de esta manera la competitividad. La Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2015), describe una serie de suministros de seguridad que se pueden hacer uso durante la exportación de productos.

- **Alta Seguridad:**

Certificados bajo la nueva Norma ISO 17712: 2010 y para el Programa C-TPAT que es requerido por la aduana de los E.U.A. y Canadá en los camiones de contenedores de carga. Los sellos de alta seguridad son fabricados especialmente con grosores y

resistencias especiales para aprobar la Norma ISO 17712 y el Programa C-TPAT. Los sellos de alta seguridad pueden ser de varios tipos como sellos de perno, barril o botella y sellos de cable. C-TPAT tiene por objeto salvaguardar la industria mundial del comercio vibrante de los terroristas, el mantenimiento de la salud económica de los EE.UU. y sus vecinos. La asociación desarrolla y adopta las medidas que la seguridad de complemento, pero no tienen un efecto negativo sobre el comercio, lo que implica un difícil acto de equilibrio.

Sellos de Plástico

Estos sellos son fabricados con materiales como el polipropileno y nylon en todo su cuerpo. Comúnmente son llamados sellos indicativos y de control debido a que el folio grabado le agrega la función de ser un dispositivo de control e identificación aparte de ser muy seguro e inviolable.

Los tipos de sellos de plástico son de tipo de cola de rata o de banda lisa con y sin inserto metálico.

Sellos Metálicos

Estos sellos de seguridad son utilizados en los contenedores de carga nacional e internacional. Debido a que están fabricados por una delgada lámina de aleación de aluminio son altamente flexibles y su mecanismo oculto de seguridad los hace inviolables. También posee en su cuerpo un folio grabado irrepetible por el cual cumple con la función de control e identificación.

Sellos de Cable

Son de diferentes tipos de longitudes y grosores. Estos pueden ser fabricados con cuerpos de acero o de plástico. Su resistencia depende del grosor del cable y del mecanismo que se encuentra dentro del cuerpo del sello de seguridad. Los sellos de seguridad de cable también pueden ser ISO/PAS 17712 y C-TPAT, sólo deben tener ciertos estándares para que cumplan ésta norma y el programa.

Etiqueta de Seguridad

Existen de diferentes medidas, para usos y aplicaciones varias. Las etiquetas de seguridad son fabricadas especialmente para dejar un rastro al ser removidas y estas son

imposibles de resellar, por lo tanto la etiqueta es inviolable. Su color es rojo y viene en letras negras. Se puede aplicar en diferentes superficies.

Barra de Seguridad

La barra de seguridad o sello de barrera es el sello o precinto de seguridad más resistente y confiable del mercado. Su aplicación es únicamente para los contenedores de carga, marítimos y aéreos. La barra de seguridad está certificada bajo la Norma ISO/PAS 17712 y el Programa C-TPAT / BASC.

La tecnología de punta, es otro medio de seguridad empleado, entre estas distintas clases de métodos de seguimiento, la navegación por GPS y etiquetas RFID son dos tecnologías que permiten a los usuarios saber en todo momento dónde está su envío. Si alguien rompe un sello o roba un contenedor, se envía una alerta instantánea a un equipo de seguridad que contactará inmediatamente con las autoridades legales, así como con los comerciantes responsables del envío. La Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, (2015) describe a esta tecnología:

- **Sistema de Posicionamiento Global (GPS)**

Se basa en la utilización de satélites, que proporciona la ubicación y la información del producto en todo tiempo, en cualquier lugar o cerca de la Tierra, donde hay una línea de visión sin obstáculos a cuatro o más satélites GPS. Es mantenido por el gobierno de Estados Unidos, es libremente accesible por cualquier persona con un receptor GPS.

El programa GPS proporciona capacidades críticas para los usuarios militares, civiles y comerciales en todo el mundo. Además, el GPS es la columna vertebral para la modernización del sistema de tráfico aéreo mundial.

- **Dispositivo de navegación GPS**

Es un dispositivo que recibe el Sistema de Posicionamiento Global (GPS) con el fin de determinar la ubicación actual del dispositivo en la Tierra. Dispositivos GPS proporcionan latitud y longitud de información, y algunos también pueden calcular la altitud.

- **RFID**

La tecnología NFC (Near Field Communication)/RFID es la más importante a la hora de relacionar cosas con Internet. Esta tecnología permite conectar objetos físicos y dispositivos móviles entre sí. Lo que permite conectar a la gente con los objetos que les rodean.

El RFID es considerado como el sustituto del código de barras en logística. Actualmente se está utilizando en gran medida en transporte público, tarjetas de crédito, control de animales y pasaportes electrónicos. Con la integración del NFC (un nuevo estándar basado en RFID) en los móviles se abre un nuevo camino de grandes posibilidades. Este sistema de almacenamiento y recuperación de datos remotos usa dispositivos denominados etiquetas, tarjetas, transpondedores o tagsRFID. El propósito fundamental de la tecnología RFID es transmitir la identidad de un objeto (similar a un número de serie único) mediante ondas de radio. Las tecnologías RFID se agrupan dentro de las denominadas Auto ID (identificación automática).

- **Etiquetas RFID**

Son unos dispositivos pequeños, similares a una pegatina, que pueden ser adheridas o incorporadas a un producto, un animal o una persona. Contienen antenas para emitirles, recibir y responder a peticiones por radiofrecuencia desde un emisor-receptor RFID.

Las etiquetas pasivas no necesitan alimentación eléctrica interna, mientras que las activas sí lo requieren. Una de las ventajas del uso de radiofrecuencia (en lugar, por ejemplo, de infrarrojos) es que no se requiere visión directa entre emisor y receptor.

2.2.7 Selección del Medio de Transporte

El empleo de transporte en la exportación de mercadería es un factor esencial en las relaciones comerciales. Para la elección adecuada del medio de transporte para exportación se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos importantes: tipo de producto que se va a exportar (temperatura, humedad, composición atmosférica), el tiempo y destino de los productos a exportar, las condiciones establecidas con el importador, los costos del tipo de embalaje y transportación interna.

El análisis de cada tipo de transporte es fundamental al momento de la exportación, el conocer y evaluar las características juega un papel fundamental dentro

de la competitividad y economía, es así que el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2017) describe los medios de transporte marítimo, aéreo y terrestre en los siguientes acápite:

- **Transporte marítimo:** es el principal modo de transporte en el ámbito internacional ya que permite transportar grandes cantidades de carga y en grandes distancias. La principal ventaja de este modo de transporte es la competitividad en materia de fletes, posibilidad de mover grandes volúmenes de mercaderías, tanto graneles líquidos, sólidos y gases con un gran aprovechamiento, lo que se denomina economía de escala. Existen distintos tipos de buques que permiten el transporte marítimo dependiendo el tipo de carga:
 - **Buques especializados:** graneleros (carga al granel sólida), tanqueros (líquidos de todo tipo), frigoríficos (mercaderías que requieren mantenimiento especial de las condiciones térmicas de la carga), propaneros o metaneros (gases propano o metano), portacontenedores, ferries, roll-on/roll-off (para el movimiento de automóviles, trenes o camiones).
 - **Buques multipropósito:** buques con varias bodegas separadas entre sí, con entrepuentes internos y que lo hacen especial para acomodar diversos tipos de mercaderías en forma separada.

Principales puertos marítimos del Ecuador:

- Puerto de Guayaquil: maneja el 70% del comercio transfronterizo del país.
- Puerto Bolívar: 90% de la carga movilizada es banano.
- Autoridad portuaria de Esmeraldas (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Figura 16.

Navieras en Ecuador

AGENCIA DE VAPORES INTERNACIONALES	HAMBURG SÜD ECUADOR S.A.
DIRECCIÓN: AV. 25 DE JULIO Y RIO AL FONDO "Z" URB. LA FLORIDA DEL GUASMO, AV. CACIQUE TOMALÁ TELÉFONO: +593 (4) 257683 http://bonita.com/	DIRECCIÓN: AV. LAS MONJAS # 10 Y CARLOS JULIO AROSEMENA, EDIF. BERLIN, PLANTA BAJA, BLOQUE B TELÉFONO: +593 (4) 3721300 http://www.hamburgsud.com/
ANDINAVE S.A.	MAERSK DEL ECUADOR C.A.
DIRECCIÓN: AV. 9 DE OCTUBRE NO.100 Y MALECÓN EDIF. LA PREVISORA, PISO 29, OFICINA 2901 TELÉFONO: +593 (4) 2597770 http://www.andinave.com/	DIRECCIÓN: AV. J. TANCA MARENGO KM 1.8 Y JOSÉ SANTIAGO CASTILLO, EDIF. CONAUTO, PISO 3 TELÉFONO: +593 (4) 2595600 http://www.maerskline.com/
APL DEL ECUADOR	MEDITERRANEAN SHIPPING CO.
DIRECCIÓN: AV. 9 DE OCTUBRE # 100 Y MALECÓN EDIF. LA PREVISORA, PISO 26, OFICINA 2605 TELÉFONO: +593 (4) 2560236 http://www.apl.com/	DIRECCIÓN: AV. FRANCISCO DE ORELLANA Y ALBERTO BORGEDIF, CENTRUM, PISO 15, OF. 1 TELÉFONO: +593 (4) 2634050 https://www.msc.com/
ATLAS MARINE S.A.	NAVESUR S.A.
DIRECCIÓN: AV. JOAQUÍN ORRANTIA Y AV. LEOPOLDO BENÍTEZ SG1 EDIFICIO TRADE BUILDING TORRE A PISO C OFICINA 707C TELÉFONOS: +593 (4) 2639016 – 2639244 www.atlasmarinesa.com	DIRECCIÓN: AV. JOAQUÍN ORRANTIA Y AV. LEOPOLDO BENÍTEZ VINUEZA, URB. LA GRAN MANZANA, EDIFICIO TRADE BUILDING, PISO 2 OF. 220 TELÉFONO: +593(4) 3713755 http://www.navesur.com/
BBC ECUADOR	REMAR S.A.
DIRECCIÓN: TULCÁN 809 Y HURTADO, EDIF. SAN LUIS, PISO 2, Y PLANTA BAJA TELÉFONO: +593 (4) 23713255 www.bbcchartering.com	DIRECCIÓN: AV. 10 DE AGOSTO 103 Y MALECÓN, EDIFICIO VALRA, PISO 9 TELÉFONO: +593 (4) 2593330 – 2322111 http://www.remar.com.ec/remar/es
BROOM ECUADOR S.A.	NAVESMAR
DIRECCIÓN: KENNEDY NORTE CALLE FLORES PÉREZ Y CLOTARIO PAZ EDIF. ATLANTIS 6TO PISO, TELÉFONO: +593 (4) 3711630 http://www.broomecuador.com/	DIRECCIÓN: JUNÍN 105 Y MALECÓN VISTA AL RIO BLVD, PISO 4 TELÉFONO: +593 (4) 2314034 http://navesmar.com/
CITIKOLD S.A.	TRANSOCEÁNICA C.A. LTDA.
DIRECCIÓN: PUERTO SANTA ANA, EDIF. THE POINT PISO 28 OF. 2806 TELÉFONOS: +593 (4) 3731590 http://www.citikold.com/	DIRECCIÓN: MALECÓN 1401 E ILLINGWORTH, EDIF. SUDAMÉRICA, PISO 7 TELÉFONO: +593 (4) 2598060 http://www.transoceanica.com.ec/
CMACGM ECUADOR S.A.	MARGLOBAL S.A.
DIRECCIÓN: AV. RODRIGO CHÁVEZ PARQUE EMPRESARIAL COLON, CORPORATIVO 2, OF. 501 – 503 TELÉFONO: +593 (4) 5005800 https://www.cmacgm.com/	DIRECCIÓN: MALECÓN 1401 E ILLINGWORTH, EDIF. SUDAMÉRICA, PISO 7 TELÉFONO: +593 (4) 2598060 http://www.transoceanica.com.ec/
GREENANDES ECUADOR S.A.	TECNISEA C.A. LTDA.
DIRECCIÓN: JUNÍN 114 Y MALECÓN, EDIF. TORRES DEL RIO, PISO 5 OF. 8 TELÉFONO: +593 (4) 3716800 http://www.greenandes.com.ec/	DIRECCIÓN: CDLA. LOS ALMENDROS, CALLE GAVIOTA Y PEATONAL 5TA. MZ. 1, EDIF. LOS ALMENDROS, PLANTA ALTA, TELÉFONO: +593 (4) 2446366 http://www.tecnisea.com.ec

Fuente: PRO ECUADOR, 2017

Cumplir con los plazos de entrega de los productos acordados es parte de una planificación logística eficiente. El transporte aéreo se perfila como otro medio de envío durante la comercialización exterior, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2017) lo especifica como:

- **Transporte aéreo:** es el desplazamiento de un lugar a otro de personas o carga por aire a través de aeronaves. Este modo ofrece ventajas como: la gran velocidad, mayor frecuencia de servicios y accesibilidad. La existencia y disponibilidad en la mayoría de los tráficos internacionales de aviones de distintas características como son los cargueros o los aviones mixtos, hacen de

este un medio de transporte de gran significación. Una de las desventajas de este modo de transporte son las tarifas de fletes, ya que son comparativamente más altas que otros modos. Hay atenuantes tales como: menores costos de embalajes, depósito, manipuleo, seguros, transporte interno y hasta menores requerimientos de stock.

La IATA (Asociación de Transporte Aéreo Internacional) es el instrumento para la cooperación entre aerolíneas, promoviendo seguridad, fiabilidad, confianza y economía en el transporte aéreo en beneficio económico de sus accionistas privados. Ha subdividido al mundo en tres zonas de tráfico de conferencia denominadas:

TC1: América

TC2: Europa África y Oriente Medio

TC3: Resto de Asia y Oceanía.

Hoy en día existen aviones de gran tamaño que permiten el transporte de carga de más de 100 toneladas. A diferencia del transporte marítimo, el transporte aéreo permite llegar a puntos más cercanos de consumo o producción. Este modo requiere de instalaciones y condiciones de atención muy exigentes que condicionan el aterrizaje de aeronaves de gran porte solo a determinados puntos, si bien existen mayor cantidad de frecuencias, destinos y conexiones interlineas.

Principales aeropuertos del Ecuador

- **Mariscal Sucre de Quito y José Joaquín de Olmedo de Guayaquil:** los mismos que tienen gran cantidad de vuelos diarios internacionales de carga y pasajeros, en donde operan más de 10 líneas de carga aérea respectivamente.
- Otros aeropuertos que funcionan, en su mayoría con vuelos locales son: Cuenca, Manta, Santa Rosa, Coca, Latacunga, Esmeraldas, Salinas, San Cristóbal, Loja y Lago Agrio(Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Figura 17.

Compañías aéreas de carga en Ecuador

LATAM CARGO S.A. DIRECCIÓN: AV. LAS AMÉRICAS S/N (JUNTO AL CENTRO DE CONVENCIONES SIMÓN BOLÍVAR). TERMINAL DE CARGA NACIONAL. TELÉFONO: +593 (4) 2283543 HTTP://WWW.LATAMCARGO.COM/	AMERICAN AIRLINES DIRECCIÓN: AV. DE LAS AMÉRICAS, ZONA DE CARGA INTERNACIONAL, GUAYAQUIL. TELÉFONO: +593 (4) 6006187 HTTPS://WWW.AACARGO.COM/
LÍNEAS AÉREAS SURAMERICANAS S.A. DIRECCIÓN: AV. AMAZONAS Y PALORA, QUITO TELÉFONO: +593 (2) 3301153 HTTP://WWW.LASCARGO.COM/	IBERIA CARGO DIRECCIÓN: AV. DE LAS AMÉRICAS, ZONA DE CARGA INTERNACIONAL, GUAYAQUIL. TELÉFONO: +593 (4) 2924636 HTTPS://WWW.IAGCARGO.COM/
LUFTHANSA CARGO DIRECCIÓN: AV. AMAZONAS N47205 Y RÍO PALORA, EDIF. HAMMONIA, QUITO TELÉFONO: +593 (2) 4001770 WWW.LUFTHANSA.COM	KLM CARGO DIRECCIÓN: AV. DE LAS AMÉRICAS, ZONA DE CARGA INTERNACIONAL, GUAYAQUIL. TELÉFONO: +593 (4) 2292296 HTTPS://WWW.AFKLCARGO.COM
MARTINAIR CARGO DIRECCIÓN: AV. AMAZONAS N7548 Y RÍO TOPO, QUITO TELÉFONOS: +593 (2) 3301044 HTTP://MARTINAIR.COM/MARTINAIRCARGO/	TRANS AM DIRECCIÓN: AV. DE LAS AMÉRICAS, 200 MTS. ANTES DE AEROPUERTO, GUAYAQUIL. TELÉFONO: +593 (4) 2282510 HTTP://TRANSMILTDA.COM/
UPS AIR CARGO DIRECCIÓN: A CARGA. AEROPUERTO JOSÉ J. DE OLMEDO, EDIFICIO UPS TELÉFONO: +593 (4) 2924005 – 2924455 HTTPS://WWW.UPS.COM/	CENTURION CARGO DIRECCIÓN: AV. AMAZONAS N49215 Y JUAN HOLGUÍN, EDIF. TRANSINTERNATIONAL CARGO, PISO 3, QUITO TELÉFONO: +593 (2) 4009700 HTTP://WWW.CENTURIONCARGO.COM/

Fuente: PRO ECUADOR, 2017

La consideración del transporte terrestre es una tercera opción dentro de la comercialización internacional, para ello el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2017), lo puntualiza como:

- **Transporte terrestre:** Al no estar sujeto a itinerarios fijos, la oferta de bodegas del transporte terrestre por carretera se adecua a las necesidades de la carga. No es rígida, por lo que se obtiene un resultado equilibrado entre la rapidez y la economía. Existe una gran variedad de camiones que se adaptan a las necesidades requeridas por la carga, como frigoríficos, graneleros, jaula, tanques, transportes especiales (carretones), entre otros.

La estructura rígida es sin duda una de las desventajas de este medio, aunque se ve facilitado por la ley de transporte multimodal complementándose con el camión. En el transporte de carga internacional entre países limítrofes, está muy

difundido el envío puerta a puerta por el modo terrestre con servicios de gran facilidad operativa.

En el caso del Ecuador su tránsito fronterizo con países vecinos al norte y al sur se realiza mayormente vía terrestre por carretera. El Ecuador limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, por lo que sólo con estos 2 países mantiene tráfico de frontera, los cuales son controlados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA. El tráfico fronterizo es el régimen que, de acuerdo a los compromisos internacionales, permite el intercambio de mercancías destinadas al uso o consumo doméstico entre las poblaciones fronterizas, libre de formalidades y del pago de impuestos aduaneros. El SENA de acuerdo a los compromisos internacionales, delimitará el área del territorio nacional en el que se aplicará este régimen.

- **Transporte ferroviario:** es un sistema de largas distancias y baja velocidad utilizado de manera regular para el transporte de materias primas tales como: el carbón, la madera, los cereales y los químicos; y productos manufacturados de bajo valor y gran volumen y/o cantidad como el papel. En Ecuador la empresa Ferrocarriles del Ecuador es la encargada del manejo de la red ferroviaria del país, la misma que cuenta una extensión total de 965.5 km. Actualmente cuenta con 500 km de vías rehabilitadas.

En el Ecuador solo se usa este medio para turismo y transportaciones de muy pequeños volúmenes de productos. Por lo que no es considerado una vía para nuestro comercio exterior.

- **Transporte multimodal:** es la articulación entre diferentes modos de transporte, a fin de realizar más rápida y eficazmente las operaciones de trasbordo de materiales y mercancías (incluyendo contenedores, pallets o artículos similares utilizados para consolidación de cargas). Es también aquel en el que es necesario emplear más de un tipo de modos de transporte para movilizar de una manera más rápida y eficaz la mercancía desde su lugar de origen hasta su destino final, pero mediando un solo contrato de transporte.

Para los productos de Embuandes cuyo destino serían los departamentos de Ica y Arequipa en Perú, sería conveniente utilizar el transporte multimodal debido

principalmente a la distancia que existe de Cuenca-Ecuador hacia Ica o Arequipa. De igual manera existen factores que resultarían beneficiosos tanto para Embuandes como para el importador, como por ejemplo: la utilización de un único documento de transporte a pesar de que se utiliza dos o varios medios de transporte lo cual agiliza el proceso de revisión documental, menores costos en operación total de transporte, menor riesgo de pérdida o robo de la mercadería, reducción de los tiempos de carga y descarga, entre otros.

Figura 18.

Proforma flete Ecuador- Perú

**Denis Tapia** <dtapia@gerardoortiz.com>
para yo ▾

6 jun. 2018 10:01 ☆ ↩ ⋮

-----Mensaje original-----
De: Andrea Montesinos <amontesinos@gerardoortiz.com>
Enviado el: miércoles, 6 de junio de 2018 9:12
Para: Denis Tapia <dtapia@gerardoortiz.com>
Asunto: Fwd: Cotización exportacion carga reefer Guayaquil/Callao - Gerardo Ortiz

PSC

Saludos cordiales,

Andrea Montesinos
GRUPO GERARDO ORTIZ
Centro Comercial Racar Plaza
Oficinas Grupo Ortiz 2do Piso
Telf: 07 413 4600 ext. 20168
Mobile: +593 999892912

Gastos locales :

Emisión de B/L USD 55 + Iva por set
Procesamiento de datos USD 60 + Iva
Sello USD 15 + Iva
Servicio administrativo USD 60 + Iva por contenedor
Costo de manejo por administración de flete prepaid USD 60 + Iva por Contenedor
Costo de manejo por administración THC prepaid USD 12,5 + Iva por contenedor

Próximas naves:

Cotización exportación carga reefer Guayaquil/Callao - Gerardo Ortiz

Estimada Andrea, buenos días

Como King Ocean Podemos ofrecerle 2 buques al mes con destino a Callao/Peru – 2 días de tránsito.

No disponemos de equipo de 20' reefer, solo 40'.

El flete Guayaquil/Callao para carga refrigerada es USD 1,750 por contenedor de 40'hc + USD 150 de thc + USD 60 de Vessel fuel – condición Puerto a Puerto.

**2 días de conexión en origen

***0 días libres de conexión en destino, podemos darle 3 días libres por el equipo, pero la conexión la factura directamente al importador.

Nuestras naves ingresan a Contacon

Tiempo de transito: 2 días servicio directo

Green Fast V-11SB - ETA Guayaquil Jueves 7 de Junio

Carga seca en puerto desde el Sábado 2 hasta el Miércoles 6 de Junio – 22:00 horas

Planet V V-26SB - ETA Guayaquil Jueves 21 de Junio

Carga seca en puerto desde el Sábado 16 hasta el Miércoles 20 de Junio – 22:00 horas

Green Fast V-12SB - ETA Guayaquil Jueves 5 de Julio

Carga seca en puerto desde el Sábado 30 de Junio hasta el Miércoles 4 de Julio – 22:00 horas

Planet V V-27SB - ETA Guayaquil Jueves 19 de Julio

Carga seca en puerto desde el Sábado 14 hasta el Miércoles 18 de Julio – 22:00 horas

De requerir información adicional o reserva de espacio, por favor no dude en solicitarla.

Saludos Cordiales,

Maritza Muñoz

Departamento Comercial King Ocean Services Ecuador



Fuente: EmbuandesCía. Ltda. 2018

2.3 Proceso de exportación desde Ecuador

Existen ciertos procedimientos que se deben seguir al momento de realizar una exportación desde Ecuador, unos son de carácter internacional y otros de carácter nacional, entre ellos:

2.3.1 De carácter internacional

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2017) determina a los INCOTERMS como reglas que se han convertido en una parte esencial de la lengua diaria del comercio internacional. Los Incoterms han sido incorporados en los contratos para la venta de productos en todo el mundo y proporcionar normas y orientación a los importadores, exportadores, abogados, transportistas, aseguradoras y estudiantes de comercio internacional.

La CCI (Cámara de Comercio Internacional o ICC: International Chamber of Commerce) se ha encargado desde 1936 (con revisiones en 1953, 1980, 1990, 2000 y 2010) de la elaboración y actualización de estos términos, de acuerdo con los cambios que va experimentando el comercio internacional. Actualmente están en vigor los INCOTERMS 2010 (Desde el 1 de enero de 2011) se definen de manera privada entre las partes negociantes y se incluyen en los contratos de compra venta internacional y facturas comerciales(Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Los INCOTERMS son los términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos y los riesgos del transporte internacional y del seguro, entre el exportador y el importador. Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras.

Definitivamente estas reglas describen el momento en que el riesgo sobre la mercancía se transfiere del vendedor (fabricante o no) al comprador (sea este el usuario final o no). Dentro de los INCOTERMS, existen 11 Incoterms, de los cuales 7 pueden ser utilizados para cualquier modo de transporte y 4 aplicables solo para el transporte marítimo. Así mismo están divididos en 4 categorías: E, F, C y D (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

Figura 19.

INCOTERMS 2010

Incoterms 2010												Vendedor Comprador Vendedor/Comprador		
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador			
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente: PRO ECUADOR, 2018

2.3.2 De carácter nacional

De acuerdo al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2017) para poder realizar una exportación desde Ecuador es necesario que el exportador ya sea persona natural o jurídica, ecuatoriano o extranjero residente en el país, cuente con los siguientes requisitos:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Certificado digital para firma electrónica y autenticación otorgado por el Registro Civil del Ecuador o por Security Data
- Registro como exportador en la página web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), portal ECUAPASS. Este registro a su vez permite solicitar los siguientes requisitos para exportar:
 - ✓ Declaración juramentada de origen (DJO)
 - ✓ Certificado de origen

Posterior al registro, el proceso de exportación consta de varias fases; como lo detalla el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2018):

Pre-embarque.- En esta fase se requiere la presentación y transmisión de la Declaración Aduanera Única de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, este es el único documento que acredita la exportación legal frente al SENA y crea obligaciones para el exportador o declarante.

En esta declaración se incluyen los siguientes datos:

- Información general del exportador o declarante (código de declarante, código de régimen, tipo de despacho, nombre del exportador, entre otros.)
- Detalle de la mercancía por ítem y factura (tipo de carga, forma de pago, país de destino, tipo documento de acompañamiento, estado de la mercancía, cantidades, peso neto, entre otros.)
- Datos del consignatario
- Totales (peso neto total, total de unidades, total de bultos, etc.)

Figura 20.

Ejemplo de Declaración aduanera de Exportación



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2012-40-00005727		
---------------	----------------------	--	--

Información de general

Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01903692

Información de Exportador

Nombre del exportador	CAFÉ ECUATORIANO S.A	Teléfono del exportador	2597980
Dirección del exportador	Edificio World Trade Center		
Número de documento de	RUC 120244753001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
CIU	CAFÉ EN GRANO	Número de documento de	
Nombre del declarante	CESAR RUIZ		
Dirección del declarante	CALLE SUR E INTERSECCIÓN		
Código de forma de pago		Código de moneda	DÓLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15 ENERO 2013
Nombre del consignatario	GLORIA S.A		
Dirección del	VIII SAN MARTIN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	[05003025] CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	ARGENTINA		

DOLAR ESTADOUNIDENSE

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción (FOB)	662.01	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	8328	Peso total	8328
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Fuente: PRO ECUADOR, 2018

Adicionalmente los documentos digitales que acompañan a esta declaración son:

- Factura comercial original

- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)
- Certificado de origen electrónico (cuando el caso lo amerite) (PRO ECUADOR, 2018)

Figura 21.

Ejemplo Factura comercial

EMPRESA EXPORTADORA Dirección:..... Calle Sur e Intersección Teléfono/Fax:.....593-4-2597980 E-mail:..... exportadora@ecuador.com.ec		RUC: 120244753001 FACTURA Mercado Exportación		
Señores: EMPRESA IMPORTADORA:..... GLORI S.A. Dirección:.....VIII / SAN MARTIN Atención:.....SR. CESAR ZAMORA INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°001002004954		Nombre de Contacto:.....SR. CÉSAR ZAMORA Nuestra referencia:..... N° de cliente:..... 1518-60 N° Orden de pedido:.....P/O 720		
La mercancía ha sido enviada en: Dimensiones de Embalaje: Fecha:..... Enero/2018 Peso Bruto: 1,618.25 KG Peso Neto: 1,520.35 KG Marcas: SIN MARCA Vía: MARITIMO País de origen: Ecuador				
VALOR				
PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
1604.14.00	ATUN EN CONSERVAS	67,500 UNDS	US\$ 0.50	US\$ 33,750.00
INCOTERM: FOB			TOTAL FACTURADO: US\$ 33,750.00	

Fuente: PRO ECUADOR, 2018

Figura 22.

Ejemplo de certificado de origen para Comunidad Andina

Ministerio de Industrias y Productividad

COMUNIDAD ANDINA
CERTIFICADO DE ORIGEN
ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION
ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

N° del Certificado: 1693605920130090023P

PAIS EXPORTADOR: ECUADOR PAIS IMPORTADOR: PERU

N° de Orden (E)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS
2	2710193400	GRASA CHASIS AMBAR
1	2710193400	GRASA CHASIS ROJA
3	2710193400	GRASA CHASIS NEGRA

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No. [001-001-000003278] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (2)
2	Decisión 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal f)
1	Decisión 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal f)
3	Decisión 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal f)

FECHA: 10 JUNIO 2013
RAZON SOCIAL: Empresa Exportadora S.A.
Sello y firma del exportador o productor

COMERCIAL

OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de GUAYAQUIL a las 15 horas del día 10 de junio del 2013

[Firma]
ANALISTA
Nombre, sello y formato la Autoridad Certificadora

NOTAS:

(1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercancías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser homogéneas, se continuará la individualización de las mercancías en ejemplares suplementarios de este certificado, notando los correspondientes.

(2) Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional Parcial, indicando número de registro.

(3) En esta columna se indicará la norma de origen con que cumple cada mercancía individualizada por su número de orden.

- El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmendaduras.

Fuente: PRO ECUADOR, 2018

A continuación se presenta un modelo de autorización previo Certificado Zoosanitario de Exportación, este certificado se lo solicita de manera electrónica a través del portal Ecuapass y es autorizado por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro-AGROCALIDAD (2016), mediante los siguientes pasos:

1. Acceder al portal Ecuapass con el usuario y contraseña correspondientes.

2. Ingresar al portal de la ventanilla única de exportación VUE.
3. Seleccionar la opción “Elaboración de Solicitud”.
4. Seleccionar “Documentos de Acompañamiento”- AGROCALIDAD.

Figura 23.

Ejemplo de autorización previa: Certificado Zoosanitario de Exportación

Fuente: AGROCALIDAD, 2016

5. Elegir la opción “Solicitud de certificado zoosanitario de Exportación”

Figura 24.

Ejemplo 2 de autorización previa: Certificado Zoosanitario de Exportación

No.	Institución	Código de Documento	Documento
1	AGROCALIDAD	101-008-REQ	Solicitud de Certificado Zoosanitario de Exportación
2	AGROCALIDAD	101-031-REQ	Solicitud de Certificado Fitosanitario de Exportación (CPE)
3	AGROCALIDAD	101-045-REQ	Solicitud de Permisos de Importación de Muestras de Plaguicidas de Uso Agrícola con Fines de Ejecución de Pruebas de
4	AGROCALIDAD	101-047-REQ	Solicitud de Certificado de Libre Venta

Fuente: AGROCALIDAD, 2016

6. El sistema muestra el formulario en donde se debe registrar toda la información para esta solicitud en la opción: “Datos de solicitud”, “Datos de logística”, “Datos de Producto”.
7. Adicionalmente en esta solicitud se deberá adjuntar los documentos de respaldo.
8. Una vez que se haya completado la información se da clic en aceptar y se puede constatar que la solicitud fue enviada.

Figura 25.

Finalización de la Solicitud de certificado zoosanitario de Exportación

No.	Número de Solicitud	Estado de Procesamiento	Fecha de Solicitud
1	01009991201400000282P	Solicitud Enviada	17/Mar/2014

Fuente: AGROCALIDAD, 2016

Con la obtención del Certificado zoosanitario de Exportación en el sistema informático de ECUAPASS, se debe tomar en cuenta los plazos que el SENAE tiene establecidos para las correcciones y transmisión de la Declaración Aduanera Única de Exportación (DAE):

- La declaración aduanera podrá transmitirse hasta antes del ingreso de las mercancías a zona primaria, debiendo presentar los documentos de acompañamiento, de soporte y correcciones a la declaración hasta 30 días calendario a partir del registro de la salida autorizada de la declaración aduanera.
- El plazo para realizar el embarque de la mercadería es de 30 días calendario contados a partir de la generación de la DAE
- El SENAE da un plazo de 30 días calendario contados a partir del embarque para realizar correcciones a esta declaración y presentar la documentación de acompañamiento y soporte.
- Se puede presentar una declaración sustitutiva a partir del día 31 posterior al plazo de corrección hasta 5 años posteriores.
- Para realizar una corrección posterior a una declaración sustitutiva no hay plazo pero se deberá cancelar una multa por falta reglamentaria (Aduana del Ecuador SENAE, 2018).

De acuerdo a la Aduana del Ecuador (2018) una vez que la declaración ha sido diligenciada correctamente, debe ser transmitida y aceptada por el SENA, para que posteriormente la mercancía pueda ser ingresada al depósito temporal o a la zona primaria del distrito aduanero desde donde se embarca y tramita la exportación. Al exportador se le notificará el canal de aforo asignado, a través del portal ECUAPASS, que puede ser: aforo automático, aforo documental o aforo físico intrusivo.

De igual manera, es importante cotizar y definir los costos de exportación en los que se va a incurrir para poder negociarlos con el importador. En esta cotización, se establecen derechos y obligaciones tanto del exportador como del importador, con el objetivo de evitar riesgos en la operación comercial, dentro de la cotización se debe incluir ciertos elementos descritos por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones-PRO ECUADOR (2018) como:

- 1) Objeto: características del producto
- 2) Formas de pago
- 3) Productos y embalaje
- 4) Entrega de la mercadería: en base al INCOTERM seleccionado.

Figura 26.

Modelo de cotización de exportación:

	
PROFORMA No. 001/2018 EXP	
GUAYAQUIL, 23 DE AGOSTO DE 2018	
PARA: EMPRESA IMPORTADORA S.A.	
ATT: SRTA. ISABEL REYES	
BOGOTÁ – COLOMBIA	
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
700,000 ENVASES CON PRODUCTO LOMITOS EN ACEITE, REF: CAPACIDAD 180 GRAMOS CON TAPAS ABRE FÁCIL A US\$ 150 EL MILLAR FCA GUAYAQUIL.	
TOTAL VALOR FCA GUAYAQUIL	US\$ 105,000.00
FLETE TERRESTRE (7 CONT. 40' HC)	US\$ 14,000.00
VALOR CPT BOGOTÁ – COLOMBIA	US\$ 119,000.00
TOLERANCIA +/- 10% EN CANTIDADES Y MONTO	
TERMINOS: CPT (INCOTERMS 2010)	
PARTIDA ARANCELARIA: 1604.14.10	
FORMA DE PAGO: EL PAGO SE HARÁ CON TRANSFERENCIA BANCARIA A LA CUENTA CORRIENTE # XXXX DEL BANCO DEL PACIFICO ABA # XXXX BENEFICIARIO: EMPRESA EXPORTADORA S.A.	
VALIDEZ DE LA PROFORMA: 30 DIAS	
EMBARQUES PARCIALES: PERMITIDOS DE ACUERDO A SUS INSTRUCCIONES	
TRANSBORDOS: PERMITIDOS	
TIEMPO DE ENTREGA: 30 DIAS LUEGO DE RECIBIDA LA TRANSFERENCIA	
SEGURO: POR CUENTA DEL COMPRADOR, EN CASO QUE NO SE ASEGURE LA MERCADERIA, ESTA VIAJA POR CUENTA Y RIESGO DEL COMPRADOR, ENTENDIENDOSE QUE EL CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA EXPORTADORA S.A. TERMINA EN LA ENTREGA DE LA MERCADERIA AL TRANSPORTISTA.	
ATENTAMENTE,	
SR. JOSE LOPEZ	
JEFE DE COMERCIO EXTERIOR	

Fuente: PRO ECUADOR, 2018

Embarque.-Posterior al aforo, se obtiene la salida autorizada que permite el embarque de la mercancía, para la Aduana del Ecuador SENAE (2018) en esta fase es necesaria la transmisión del manifiesto de carga, documento que incluye la información relacionada con el medio de transporte, pesos, identificación de la mercancía, y otros medios, esta transmisión se la hace de acuerdo a la forma de despacho establecida por esta entidad gubernamental:

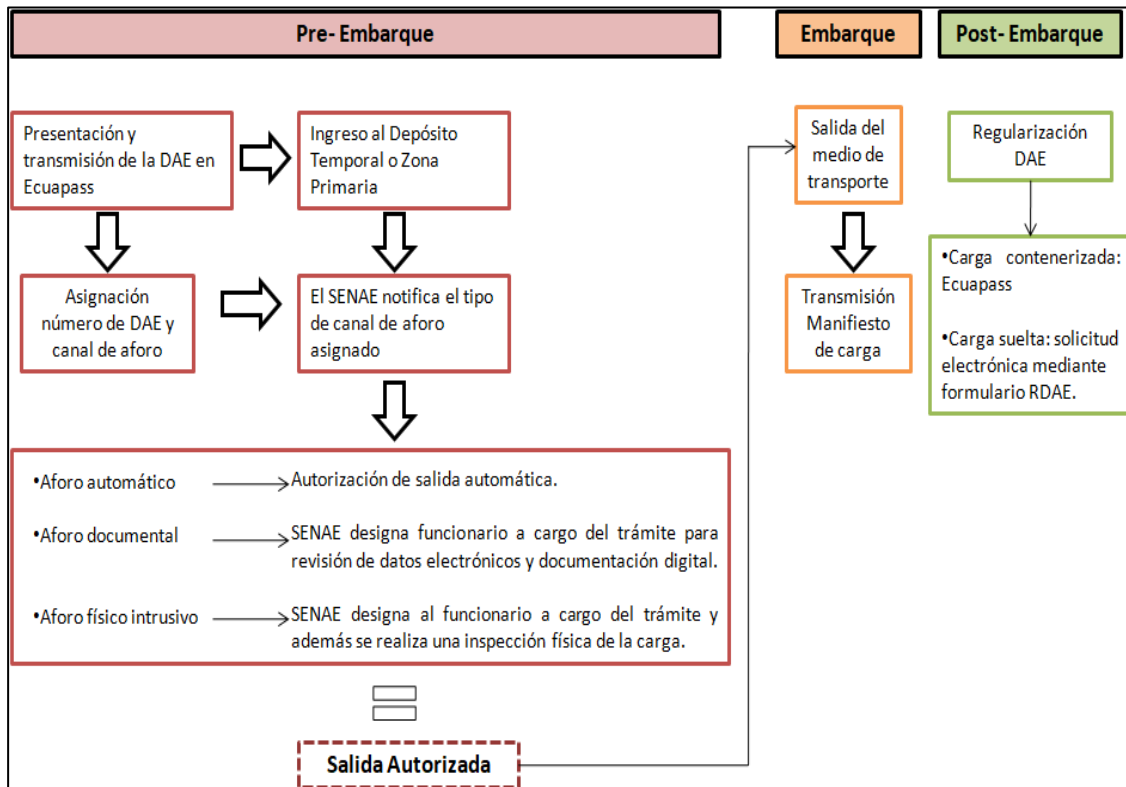
- Vía marítima: hasta 12 horas después de la salida del medio de transporte
- Vía terrestre: a más del manifiesto de carga, se debe transmitir la carta porte hasta el momento en que se realice el cruce de frontera de la mercancía.
- Vía aérea: hasta 12 horas después de la salida del medio de transporte
- Carga consolidada: hasta 2 días hábiles después de la salida del medio de transporte.

Post-embarque.-Finalmente, una vez que se ha transmitido toda la documentación correctamente en los plazos estipulados por el SENAE, se da el cambio de estado de la Declaración Aduanera Única de Exportación (DAE) a “regularizada”, culminando así el proceso de exportación(Aduana del Ecuador SENAE, 2018).

Cuando la carga es contenerizada, el SENAE asigna el estado de “DAE regularizada” a través del portal ECUAPASS, mientras que cuando la carga es suelta o al granel, se debe realizar la solicitud de forma electrónica mediante un formulario de “Regularización de Declaración Aduanera de Exportación (RDAE)”(Aduana del Ecuador SENAE, 2018).

Figura 27.

Proceso de Exportación



Fuente: Aduana del Ecuador SENAE, 2016 **Elaboración:** Autora

Figura 28.

Organismos que intervienen en una operación de exportación.



Fuente: Guía del Exportador PRO ECUADOR, 2018

2.4 Proceso de Importación en Perú

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT(2017), para proceder a una importación en Perú, es necesario que el importado (ya sea persona natural o jurídica), cuente con los siguientes requisitos:

- Estar inscrito en el registro único de contribuyentes (RUC)
- Encontrarse habilitado en el RUC para realizar actividades de importación
- El domicilio fiscal declarado en el RUC no debe contar con la condición de “No Habido”
- Presentar los formularios y documentos necesarios para importar mercancías.

Una importación a consumo es definida como:

“El régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que pudieran haberse generado y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras. Las mercancías pueden ser solicitadas al régimen de importación para el consumo, bajo tres posibles modalidades: anticipado, diferido y urgente.” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú, 2015, p. 24)

Tabla 4.

Modalidades de Despacho

Modalidad	Detalle
Despacho Anticipado	Las mercancías pueden ser solicitadas al régimen de importación dentro del plazo de 30 días calendario, antes de la llegada del medio de transporte, pudiendo disponer de la mercancía desde el mismo puerto o su traslado inmediato al almacén del dueño o consignatario para las acciones de control respectivas, sin la necesidad de ingresar a un depósito temporal.
Despacho Diferido	Las mercancías son solicitadas a régimen de importación y por tanto el despachador de aduanas numera la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) una vez arribada la nave. Para ello, se tiene un plazo de 15 días calendario, computados a partir del día siguiente del término de la descarga para solicitar que las mercancías al régimen de importación, de lo contrario, caerán en abandono legal.
Despacho Urgente	Las mercancías también pueden ser solicitadas al régimen de importación antes del arribo de la nave y hasta siete días calendario posteriores a la fecha de

término de la descarga. Sin embargo, a diferencia del despacho anticipado, en el despacho urgente las mercancías importadas por su naturaleza, no pueden permanecer en el puerto o terminal debiendo ser retiradas inmediatamente. Esta modalidad aplica para materiales radioactivos, animales vivos, explosivos, combustibles, mercancías inflamables, medicamentos, vacunas, carga peligrosa, envíos de socorro, etc.

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

✓ **Tributos a cancelar**

La importación de las mercancías correspondientes a la subpartida arancelaria 1601.00.00.00 (Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos); está gravada con los siguientes tributos:

Figura 29.

Lista de tributos.

TIPO DE PRODUCTO:	LEY 29666-IGV 20.02.11																				
<table> <tr> <th>Gravámenes Vigentes</th><th>Valor</th></tr> <tr> <td>Ad / Valorem</td><td>6%</td></tr> <tr> <td>Impuesto Selectivo al Consumo</td><td>0%</td></tr> <tr> <td>Impuesto General a las Ventas</td><td>16%</td></tr> <tr> <td>Impuesto de Promoción Municipal</td><td>2%</td></tr> <tr> <td>Derecho Específicos</td><td>N.A.</td></tr> <tr> <td>Derecho Antidumping</td><td>N.A.</td></tr> <tr> <td>Seguro</td><td>1.5%</td></tr> <tr> <td>Sobretasa</td><td>0%</td></tr> <tr> <td>Unidad de Medida:</td><td>(*)</td></tr> </table>		Gravámenes Vigentes	Valor	Ad / Valorem	6%	Impuesto Selectivo al Consumo	0%	Impuesto General a las Ventas	16%	Impuesto de Promoción Municipal	2%	Derecho Específicos	N.A.	Derecho Antidumping	N.A.	Seguro	1.5%	Sobretasa	0%	Unidad de Medida:	(*)
Gravámenes Vigentes	Valor																				
Ad / Valorem	6%																				
Impuesto Selectivo al Consumo	0%																				
Impuesto General a las Ventas	16%																				
Impuesto de Promoción Municipal	2%																				
Derecho Específicos	N.A.																				
Derecho Antidumping	N.A.																				
Seguro	1.5%																				
Sobretasa	0%																				
Unidad de Medida:	(*)																				
N.A.: No es aplicable para esta subpartida																					

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT, 2018

La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria-SUNAT (2016) indica sobre la vigencia en la aplicación del Régimen de Percepción del Impuesto General a las Ventas (IGV) a las operaciones de importación definitiva de bienes gravados con el IGV, según el cual la SUNAT percibirá del importador un monto

por concepto del impuesto que causará en sus operaciones posteriores. La tasa aplicable a la subpartida arancelaria 1601.00.00.00 es de 3.5%.

Cabe mencionar que el porcentaje del impuesto Ad Valorem (Arancel Cobrado a las Mercancías) que consta en el anterior listado (Figura 29), para el caso de Embuandes se libera con la presentación del certificado de origen:

Figura 30.

Convenios Internacionales

CONVENIOS INTERNACIONALES							
SECCIÓN:	IV : PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO, ELABORADOS						
CAPITULO: 16.01	16 : Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos.						
1601.00.00.00	Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos						
PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	P.NALADISA	T.MARGEN	FECHA DE VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV	OBSERVACION
ECUADOR	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES			03/09/2012-31/12/9999	---	100%	

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT, 2018

De acuerdo a la resolución directoral-003-2013-AGSENASA-DSA, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria-SENASA de Perú, establece cinco categorías de riesgo para las mercancías pecuarias en base a la capacidad de transmitir agentes patógenos de enfermedades, y que representan un riesgo para la salud pública y sanidad animal. De estas cinco categorías, el portafolio seleccionado de productos de Embuandes pertenece a la siguiente: “Categoría de Riesgo Dos (2): Productos y subproductos de origen animal, que han sido sometidos a uno o más procesos químicos o físicos durante su elaboración, disminuyendo la posibilidad de vehicular agentes patógenos de importancia cuarentenaria” (Ministerio de Agricultura, 2013).

Para la nacionalización de estas mercancías con categoría de riesgo dos, se requiere la presentación del Certificado Sanitario de Exportación (CFE) original, expedido en este caso por Agrocalidad, además de cumplir con los requisitos sanitarios que se establezcan y posteriormente, pasar la inspección del SENASA en el punto de ingreso (Ministerio de Agricultura, 2013).

El ingreso al mercado peruano exige un etiquetado específico a los productos correspondientes a la subpartida arancelaria 1601.00.00.00, de acuerdo a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT (2018) tenemos:

- Nombre del producto y nombre comercial (si lo tuviera): ejemplo: jamón “Jamoncito”, jugo de naranja “Naranjugo”, embutidos “El gordito”.
- Tipo de preparación, composición: ejemplo: Jamón carne de cerdo; bebida de naranja: 20% concentrado de naranja y 80% agua con saborizantes.
- Uso al cual se destina: ejemplo: para la alimentación humana, para elaboración de bebidas, etc.
- Forma de conservación, ejemplo: fresca, refrigerada, congelada, etc.
- Forma de presentación, ejemplo: a granel, en tambores, en envases inmediatos de 0.750 litros, etc.

De acuerdo al Análisis de los Costos Marítimos y Portuarios, emitido por el Banco Mundial en conjunto con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (2015), el proceso de importación consta de cinco fases:

1. Fase preparatoria trámite

Durante esta fase, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015) advierte sobre la solicitud de garantía global¹, la misma que se debe gestionar previamente ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) por parte del importador. Posterior a esto, el importador recibe los documentos necesarios para el despacho por parte de su proveedor del exterior. Dicha documentación deberá ser entregada al agente de aduana, quien gestionará con los operadores correspondientes el visto bueno V°B° (trámite para obtener el documento de transporte), sin el cual no será posible retirar la carga.

Simultáneamente a la obtención del visto bueno V°B°, el agente marítimo solicitará al terminal portuario la asignación del número de manifiesto de carga, el cual a continuación será transmitido a la SUNAT (48 horas antes del arribo de la nave). De

¹Garantía previa: es el instrumento que garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias y sanciones generadas en la normatividad legal aduanera, cuya tramitación y transmisión del número de cuenta corriente se hará al momento de la numeración de la DAM.

igual manera, antes del arribo de la nave, el agente de aduana prepara y transmite la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)² a la SUNAT, que deberá ir adjunta a la factura comercial (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú, 2015).

2. Fase Numeración - Canal

La numeración de la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) por parte de la SUNAT, se hará antes o después del atraque³ del buque, dependiendo de la modalidad de despacho de la mercancía (anticipado, diferido o urgente). Aparte de la DAM y la factura comercial, el importador deberá presentar a la SUNAT documentación explícita, de acuerdo al orden que establece el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú (2015) y que sustentan la declaración:

- Fotocopia autenticada del documento de transporte: conocimiento de embarque BL (transporte marítimo), guía aérea (transporte aéreo) o carta porte (transporte terrestre).
- Lista de empaque.
- Autorización y/o permisos del sector competente.
- Certificado de origen cuando corresponda.
- Carta Poder Notarial cuando el trámite sea realizado por un tercero en representación del importador.
- Fotocopia autenticada del seguro de transporte de las mercancías
- Declaración Andina de Valor (documento soporte que debe contener la información relacionada a la transacción comercial de las mercancías importadas, que han determinado el valor en aduana declarado).

En este punto se destaca, que la solicitud de los diferentes permisos requeridos y documentos de control se debe realizar a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). Una vez que la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) ha sido transmitida de manera electrónica, la SUNAT asigna el canal de control según sus criterios de riesgo (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú, 2015).

² Declaración Aduanera de Mercancía: Documento mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero que deberá aplicarse a las mercancías, y suministra los detalles que la Administración Aduanera requiere para su aplicación.

³ Atraque: acercamiento y amarre de una embarcación a otra, a la costa o a un muelle.

Acto seguido, el agente de aduana solicita la inspección a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) u otros medios, según la entidad autorizante. De igual manera, en caso de tratarse de un despacho anticipado, el agente de aduana solicita la movilización del contenedor en el puerto y los volantes de despacho al depósito temporal, al mismo tiempo se asigna al funcionario de las diferentes entidades (SENASA, SUCAMEC, etc.) y el agente de aduana transmite la solicitud electrónica de reconocimiento físico de la mercancía y presenta los documentos de despacho a la aduana (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú, 2015).

3. Fase Arribo- Descarga

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú (2015) en esta fase inicia desde el arribo de la nave hasta la descarga del contenedor. Este último procedimiento, involucra que el transportista (o su representante) y los depósitos temporales, elaboren la nota de tarja general⁴, primer documento en el que se hace constar las características del contenedor a su llegada al puerto (marca y número, condición, tamaño, estado, precintos, etc.) entregando el original al agente marítimo, una copia al transportista y otra a la SUNAT, en caso de requerirlo.

Para el traslado del contenedor a un depósito temporal, se debe presentar a la SUNAT la relación detallada de contenedores, la misma que será visada y posteriormente entregada al administrador portuario, quien emitirá la autorización de descarga directa o indirecta internacional.

⁴Nota de Tarja.- Documento que formulan de manera conjunta entre el transportista y el almacenista, durante la verificación de lo consignado en el conocimiento de embarque, en relación a las existencias físicas, registrando las observaciones pertinentes.

Figura 31.

Modelo de relación detallada de carga

Anexo 1

RELACION DETALLADA DE CARGA A EMBARCAR

(Via Aérea)

DEPOSITO TEMPORAL
 NOMBRE: _____ RUC.: _____ CODIGO D.T.: _____

DATOS DEL TRANSPORTE INTERNO
 NOMBRE DEL CHOFER _____ PLACA DEL VEHICULO _____ N° DE PRECINTO _____ N° DE BREVETE _____

DATOS DEL VUELO
 NUMERO DE VUELO: _____ FECHA DE VUELO: _____
 LINEA AEREA: _____
 N° DE BULTOS TOTALES: _____ PESO TOTAL DE LA CARGA: _____

DATOS DE LA CARGA EN CONTENEDORES POR GUIA AEREA HIJA

N° Pall. / Cnl.	N° Guía Aerea Madre	N° Guía Aerea Hija	Cantidad de Bultos	Peso Neto	Descripción de Mercancía	N° Doc. Aduanero	Canal Control	Fecha de DUA	N° Autorización	Destino

RECEPCION U.O.A.

.....
 Nombre Guía y Firma del Responsable

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT, 2018

Para darle salida al contenedor del depósito temporal, el transportista terrestre debe presentar en Balanza:

- Autorización de descarga (entregada por el terminal portuario)
- Nota de tarja general (verificada previamente por el oficial de aduanas)
- Ticket de destare (entregado al transportista terrestre al momento de ingresar al terminal portuario) (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú, 2015).

A continuación, se realiza el segundo pesaje y puede salir el contenedor. Al momento de salir del terminal portuario, el chofer del camión debe llevar consigo tanto la guía de remisión entregada por el agente de aduana o el depósito temporal y la guía de remisión emitida por el transportista. Los depósitos temporales son transmitidos a la SUNAT, a través del Documento Único de Información de

Manifiesto (DUIM), la información de recepción de la carga y la conformidad por su recepción en el formato aprobado por la SUNAT, dentro del plazo de cinco días, contados a partir de la fecha de término de la descarga. En esta fase, se está considerando el traslado del contenedor al Sistema de Inspección no Intrusivo (SINI) (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú, 2015).

4. Fase Inspecciones

El control de riesgo de mercancía requiere que una vez que las declaraciones estén numeradas, sean sujetas a los siguientes canales de control:

- **Canal Verde:** la declaración no requiere de revisión documentaria ni de reconocimiento físico. En este canal el despachador de aduana no presenta ninguna documentación pero debe guardarlos en su archivo, el cual debe estar a disposición de la SUNAT para las acciones de control que correspondan.
- **Canal Naranja:** la declaración es sometida a revisión documentaria.
- **Canal Rojo:** reconocimiento físico de las mercancías de acuerdo al procedimiento de Reconocimiento Físico-Extracción y Análisis de muestras INTA.PE.00.03. El reconocimiento físico de la mercancía es solicitado por el agente de aduanas a través de la Solicitud Electrónica de Reconocimiento Físico (SERF) (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú, 2015).

5. Fase Levante

En esta fase se consideran todos los procesos desde que se da por terminada la inspección, hasta que se realiza el levante. De esta manera, una vez que la mercancía ha sido despachada por la SUNAT, el importador (o su representante) pueden disponer de ella. La entrega de la carga será gestionada de acuerdo a las directrices del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú (2015) y son expuestas a continuación:

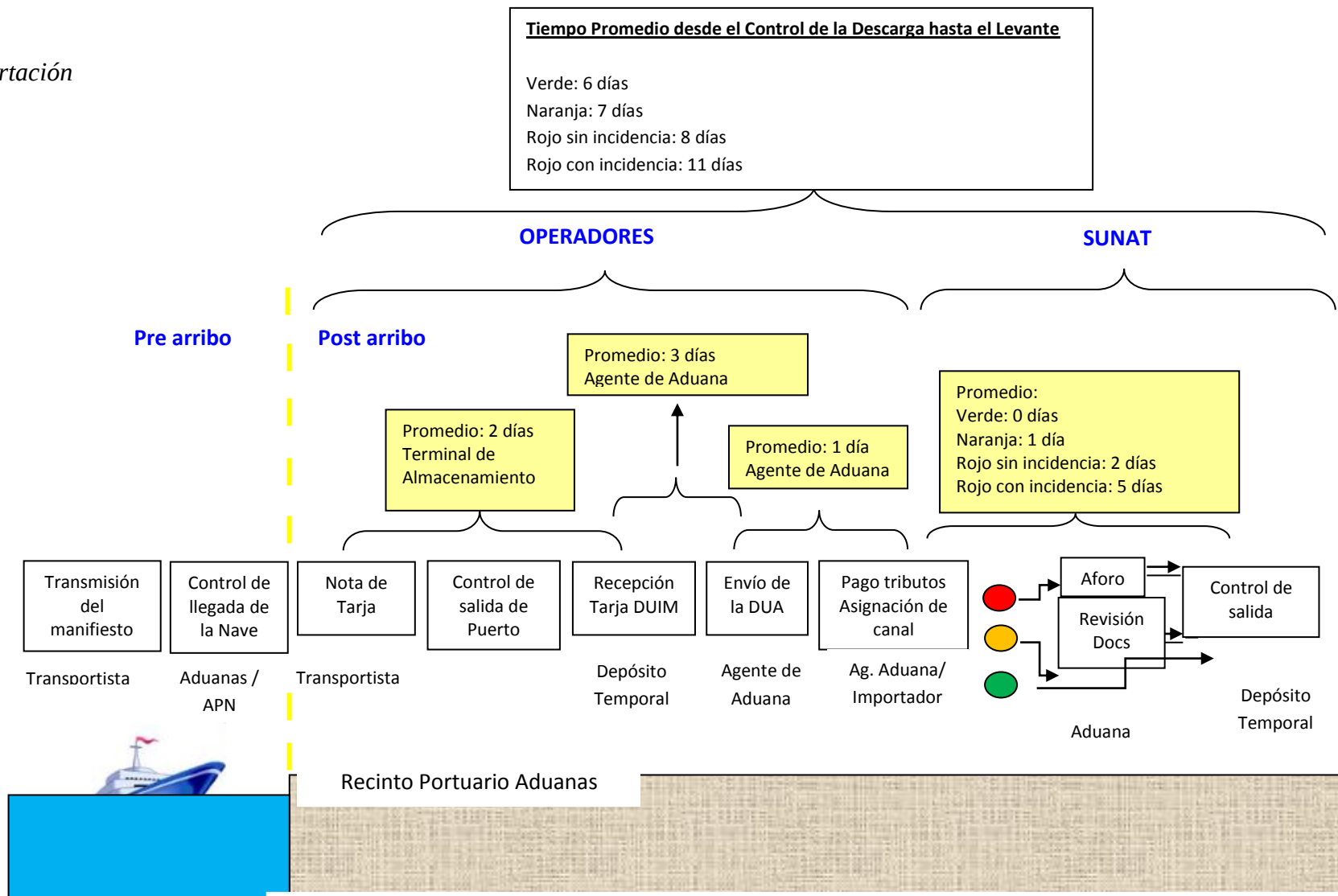
La primera gestión es la presentación del documento original de uso de transporte (por ejemplo, el conocimiento de embarque BL), el cual debe estar debidamente visado por el agente marítimo, representante de la nave; una copia de la Declaración Aduanera de Mercancías DAM (con la respectiva diligencia de levante de la mercancía), copia del volante de despacho y la cancelación de los servicios prestados por el depósito temporal.

Con la presentación de los documentos anteriores, el depósito temporal hace entrega al agente de aduana del permiso o autorización de salida. Igualmente, con la anticipación suficiente, el agente de aduana debe coordinar y programar con el transportista terrestre el retiro de la carga, entregándole el permiso o autorización de salida, que deberá presentar para poder ingresar al depósito temporal. Una vez que el transportista terrestre tenga en posesión la mercancía, recibe por parte del depósito temporal el EIR (Equipment Interchange Receipt) – Inspección externa del contenedor), con el cual se dirige a la balanza para ser pesado. Al momento de salir del depósito temporal, el chofer del camión debe llevar consigo la Guía de Remisión-Remitente entregada por el agente de aduana y la Guía de Remisión Transportista emitida por el mismo.

El depósito temporal entrega el contenedor al transportista en un tiempo máximo de una hora y media (salvo contingencia de fuerza mayor), contada desde el momento en que el transportista ingresa al depósito temporal. A la salida, el terminal procede a realizar la segunda pesada (o destare) del vehículo, entregando al transportista terrestre la guía de salida (en el caso del administrador portuario este documento es llamado Guía de Retiro).

Figura 32.

Proceso de Importación



Fuente: Chonate, C., 2014; Elaboración: Autora

2.5 Regímenes aduaneros de Exportación

Un régimen aduanero hace referencia al tratamiento que se aplica a las mercancías y es solicitado por el declarante de acuerdo a la legislación aduanera vigente (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador , 2015).

Este procedimiento se emplea para nombrar al marco legal que regula el tráfico internacional de las mercaderías que se encuentran sometidas a la fiscalización (inspección y control) de la aduana.

Los regímenes aduaneros son indispensables para la entrada y salida de las mercaderías, puesto que permiten un mayor control aduanero, establecen normas estandarizadas para que los procesos de importación y exportación sean los correctos, logran una clasificación universal en las aduanas de todo el mundo, dando como resultado el transporte legal de las mercaderías que salen del territorio aduanero(Escobar, 2014).

Dentro de los regímenes de exportación tenemos:

- Regímenes de no transformación
 - **Exportación definitiva (Régimen 40)**

De acuerdo al Art. 158 del Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (2011, p. 34):“Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legislación vigente”

- **Exportación temporal para reimportación en el mismo estado (Régimen 50)**

El artículo 159 sobre la exportación temporal, señala:

Es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, las mercancías deberán ser susceptibles de identificación. (Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. 2011, p. 34)

- Regímenes de transformación
 - **Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo (Régimen 51)**

De acuerdo a la reglamentación del Artículo 164:

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio para su transformación, elaboración o reparación. (Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. 2011, p. 35)

Condiciones:

El régimen de exportación temporal para perfeccionamiento pasivo, se podrá autorizar para el cumplimiento, en el exterior, de alguno de estos fines:

- a) La reparación de mercancías, incluidas su restauración o acondicionamiento;
- b) La transformación de las mercancías; y,
- c) La elaboración de las mercancías, incluidos su montaje e incorporación.

Plazo: La reimportación de las mercancías exportadas temporalmente deberá realizarse, incluyendo las prórrogas, dentro del plazo de dos años a partir de la fecha de embarque hacia el exterior (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2011).

2.5.1 Reglamento de Exportación, Normativa Ecuatoriana

Documentación requerida a los productos de EMBUANDES para proceder a ser exportados (certificados de calidad, etc.)

Existen autorizaciones previas necesarias para que la mercancía ingrese y sea nacionalizada en el país de destino, estas son expedidas por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), entidad encargada de establecer los requisitos zoosanitarios de exportación y realizar los procesos de certificación zoosanitaria en Ecuador.

De acuerdo a lo indicado por la Dirección de Certificación Zoosanitaria de AGROCALIDAD, los requisitos zoosanitarios para los productos son establecidos de

acuerdo a la situación zoonosanitaria de cada país. El proceso se lleva a cabo entre AGROCALIDAD (en Ecuador) y el Servicio Nacional de Sanidad Agraria SENASA (en Perú) vía oficial. Actualmente, los requisitos sanitarios para la exportación de embutidos porcinos desde Ecuador a Perú no se encuentran homologados, a pesar de haber realizado varias solicitudes al SENASA, por parte de AGROCALIDAD.

AGROCALIDAD nos sugiere que para el caso de Embuandes, sería conveniente que la empresa cuente con al menos un cliente en Perú, que pueda ejercer presión en el SENASA a través de una solicitud de importación.

Con el objetivo de agilizar este proceso, Embuandes envió un documento al SENASA donde se solicita los requisitos que debe cumplir la empresa y sus productos, para ingresar al mercado peruano. Esta documentación fue evaluada por el departamento técnico del SENASA, el cual indica que hasta la fecha, no se han establecido requisitos para el ingreso de productos cárnicos de origen porcino, procedentes de Ecuador, por lo tanto señalan la imposibilidad de permitir las importaciones. Además, indican la necesidad de realizar un análisis de riesgo, de acuerdo a lo establecido en las normas legales vigentes de Perú, que incluye una serie de procedimientos y costos (que serían asumidos por la parte interesada, es decir Embuandes Cía. Ltda.) y la coordinación frecuente con la Autoridad Oficial de Ecuador (AGROCALIDAD). Cabe destacar que los resultados de dicho estudio pueden ser o no favorables para el ingreso de estos productos a Perú.

Adicionalmente, se hizo la solicitud del detalle de los costos que Embuandes debería cubrir para el desarrollo de dicho estudio, dando como respuesta por parte del SENASA, la necesidad de realizar una visita in situ a Ecuador, según lo estipulado en el Decreto Supremo N° 056-2013- PCM y el TUPA (Texto Único de Procedimientos Administrativos) del SENASA. Esta evaluación será realizada por dos profesionales, por lo que se deberá cubrir los siguientes costos:

- 1) Evaluación en el país de origen a razón de US \$ 370.00 diarios/persona
- 2) Pasaje aéreo (ida y vuelta) y movilización hacia las zonas donde se ubican los establecimientos de producción, faenado y control sanitario.
- 3) Tasa aeropuerto.
- 4) Pago por gastos administrativos de la Institución: S/. 289.17 diarios/persona (\$82,02 diarios/persona).

Estos costos deberán ser evaluados y aprobados por Embuandes para posteriormente confirmar la realización del estudio al SENASA.

El proceso para la obtención de la certificación zoosanitaria de exportación de acuerdo a la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (2016) es el siguiente:

- 1) Verificación del estatus zoosanitario: se debe revisar que en el país de destino se hayan levantado las restricciones para el acceso de productos embutidos procedentes de Ecuador. De acuerdo con lo indicado por AGROCALIDAD, actualmente los requisitos zoosanitarios para exportar embutidos desde Ecuador no se encuentran homologados por el SENASA de Perú, por lo que no es factible aún la exportación de estos productos.
- 2) Entrega de la solicitud de registro de operador: documento en el que se acredita como exportador, exportador - productor, productor.
- 3) Aprobación de la inspección de registro: previa solicitud, AGROCALIDAD realiza una inspección de la granja, cría o instalación de acuerdo a la información detallada en el formulario de solicitud. La misma es aprobada siempre y cuando las instalaciones cumplan con los requisitos y estándares del país de destino, al igual que las normas sanitarias de Ecuador.
- 4) Solicitud del certificado zoosanitario: esta solicitud se realiza en AGROCALIDAD previo al embarque del producto, puesto que se debe llevar a cabo una pre-inspección de la mercancía en el establecimiento antes de que esta sea llevada al puerto, aeropuerto o puesto fronterizo.

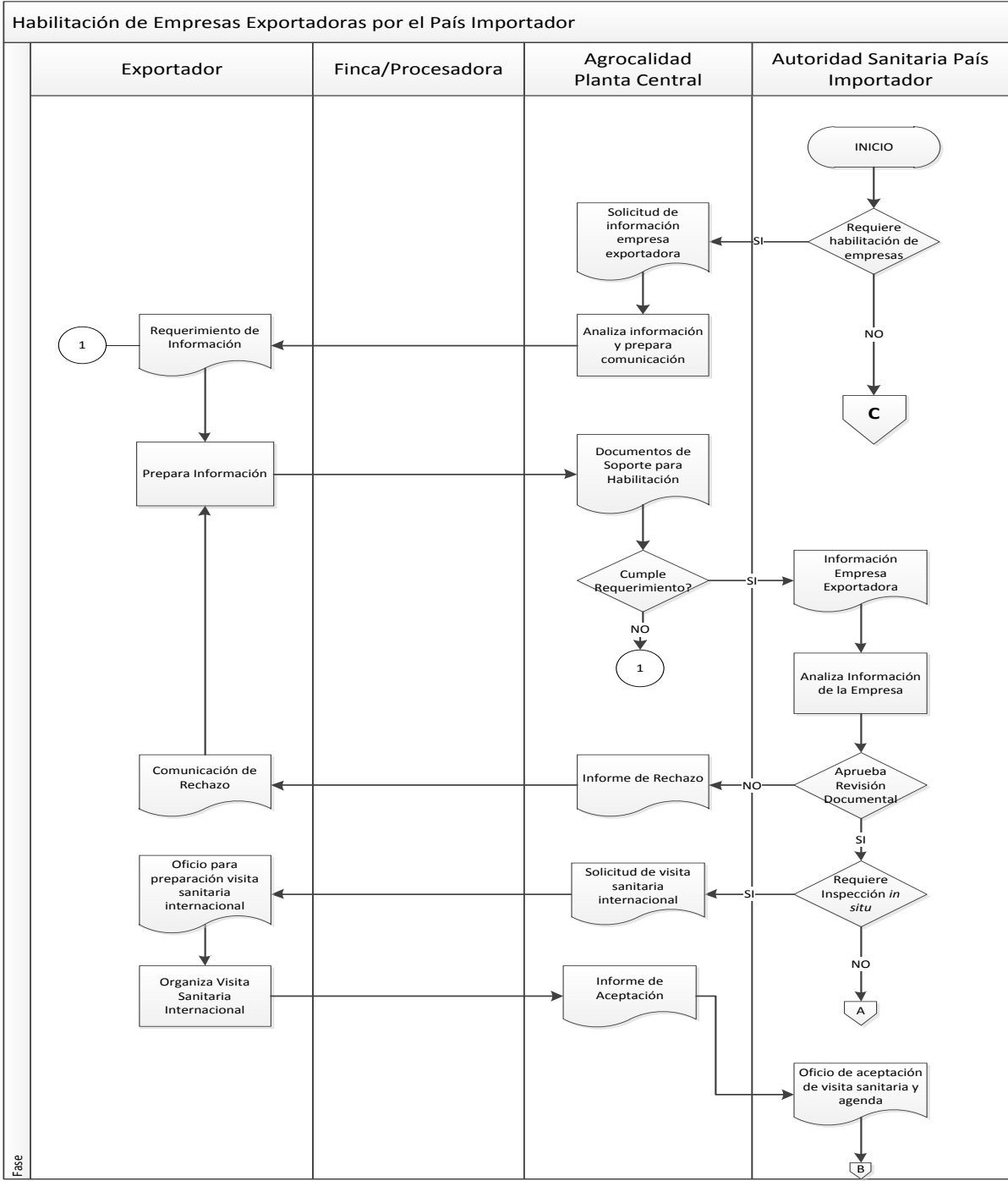
La solicitud se la puede realizar de manera electrónica a través de la ventanilla única ecuatoriana para el comercio (VUE) y se debe adjuntar la siguiente documentación:

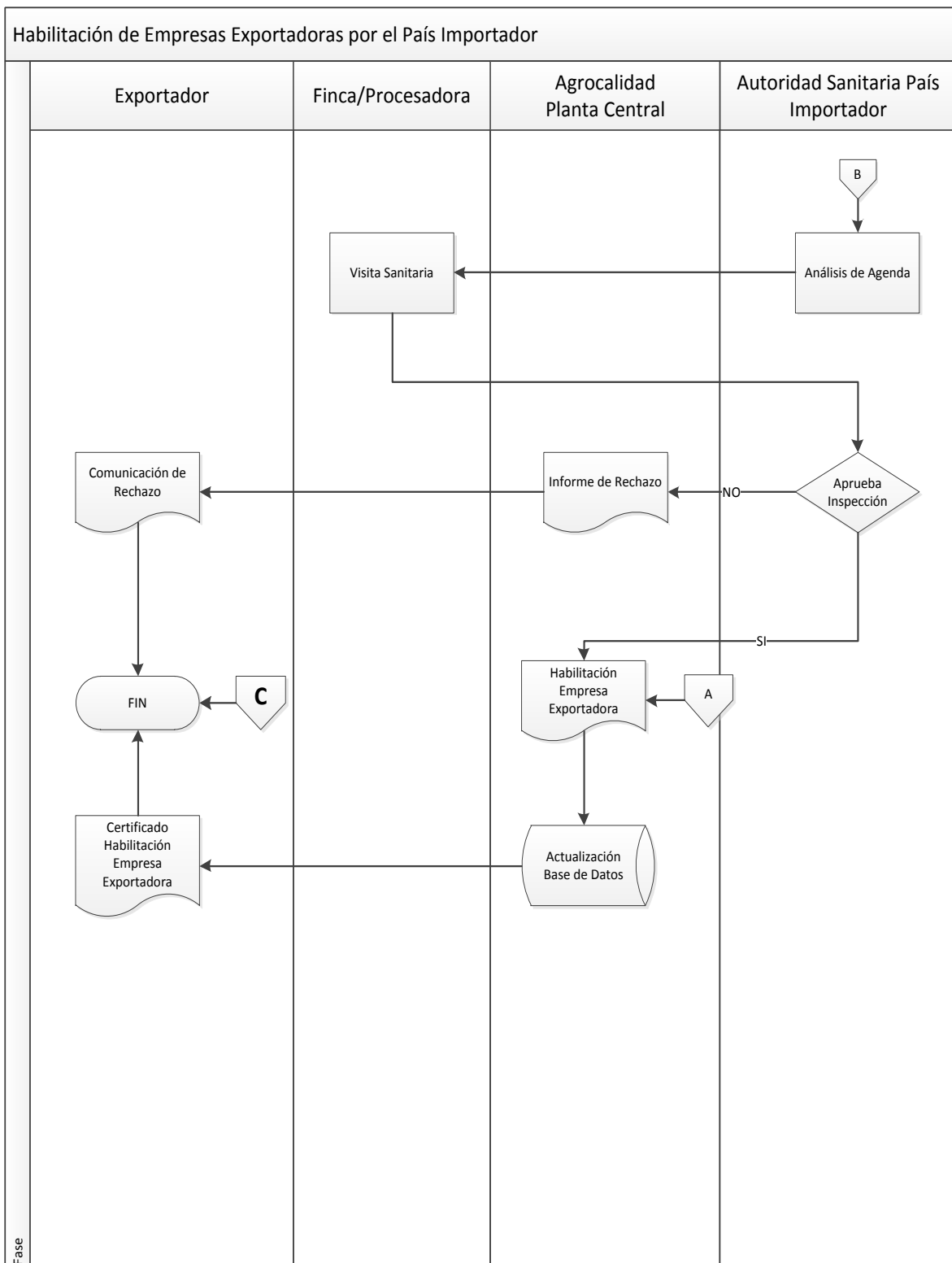
- Factura de compra de la mercancía pecuaria
- Permiso zoosanitario de importación del país importador

Realizadas todas las gestiones anteriores, AGROCALIDAD tiene un plazo de 3 días para aprobar o no la solicitud del certificado zoosanitario. En caso de ser aprobado, AGROCALIDAD agendará la visita para inspeccionar la mercancía a exportar con un

máximo de 3 días hábiles, posteriores a la aprobación del certificado zoosanitario(Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro-AGROCALIDAD, 2016).

Figura 33
Procedimiento de Habilitación de Empresas Exportadoras por el país importador
Proceso: Sanidad Animal **Subproceso:** Certificación Sanitaria





Fuente: AGROCALIDAD, 2016

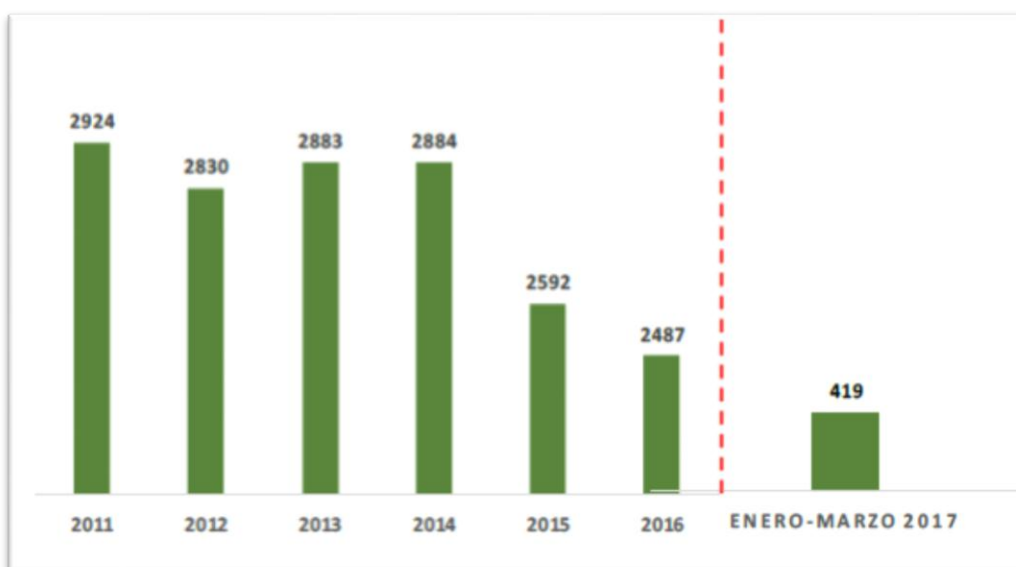
2.5.2 Análisis del mercado peruano para la exportación de los productos de Embuandes Cía. Ltda.

Durante los últimos años, la balanza comercial de embutidos en Perú ha sido deficitaria, a consecuencia de que las importaciones de estos productos son superiores a las exportaciones. Esta situación se ha visto favorecida principalmente por el crecimiento del sector hotelero, restaurantes y catering, que demandan productos importados de calidad gourmet-premium. Las exportaciones de estos productos se ven afectadas por las restricciones sanitarias propias de cada país y son pocas las empresas que se dedican a atender al mercado exterior.

De acuerdo a datos obtenidos por la Sociedad Nacional de Industrias de Perú, las importaciones de embutidos en este país, han ido decreciendo en los últimos años: 2.9 millones de dólares en 2014, 2.6 millones en 2015 y 2.5 millones en 2016. Entre los principales proveedores de estos productos se encuentran: Estados Unidos, Italia, España, Argentina y Holanda (Sociedad Nacional de Industrias, 2017).

Figura 34.

Importaciones de Embutidos y Fiambres, 2011-2017



Fuente: Sociedad Nacional de Industrias, 2017

Figura 35.

Importaciones de embutidos y fiambres por país de origen y tipo de producto, 2014-2017

País/Producto	Valor CIF (Miles US\$)			Var. %	Valor CIF (Miles US\$)		Var. %	Part. %
	2014	2015	2016	16/15	Enero-Marzo 2016	Enero-Marzo 2017	17/16	2017
Estados Unidos	1147	1227	1131	-7,8	208	231	11,2	55,2
Pepperoni	696,3	554,3	491,6	-11,3	124,6	139,4	11,8	33,2
Salchicha	247,4	251,5	185,7	-26,2	32,4	44,8	38,2	10,7
Salame	125,5	139,0	125,0	-10,1	25,5	36,4	42,8	8,7
Tocino	24,0	208,0	327,5	57,4	25,4	5,8	-77,3	1,4
Otros	53,9	74,5	1,4	-98,1	-	4,9	-	1,2
Italia	533	378	723	91,1	174	115	-33,6	27,5
Jamón	345,9	229,6	493,4	115,0	121,5	83,0	-31,7	19,8
Salame	35,0	34,1	154,0	351,4	34,6	19,6	-43,5	4,7
Mortadela	7,6	16,4	38,7	136,5	5,3	10,1	91,7	2,4
Tocino	2,0	-	13,1	-	2,3	1,3	-42,0	0,3
Otros	142,8	98,2	23,5	-76,1	10,2	1,5	-85,6	0,4
España	399	266	239	-9,9	49	52	5,8	12,4
Jamón	223,3	143,2	134,9	-5,8	27,2	28,1	3,2	6,7
Chorizo	78,6	48,2	39,0	-19,1	7,2	18,3	153,4	4,4
Salchichón	35,9	24,3	23,8	-2,2	5,3	4,5	-15,5	1,1
Otros	61,6	49,9	41,6	-16,7	9,2	0,9	-90,3	0,2
Argentina	75	60	67	12,1	29	13	-56,4	3,1
Salame	45,3	39,3	55,9	42,4	26,6	11,4	-57,0	2,7
Jamón	3,0	7,0	4,8	-31,5	0,9	1,4	58,6	0,3
Otros	26,6	13,9	6,8	-51,2	1,9	-	-	-
Holanda	-	11	45	322,3	10	8	-20,8	1,9
Chorizo	-	3,6	14,6	307,2	3,4	2,4	-28,5	0,6
Jamón	-	2,4	12,1	399,3	2,3	2,4	4,0	0,6
Fuet	-	1,6	6,1	285,8	1,6	0,9	-40,9	0,2
Otros	-	3,0	11,9	297,2	2,7	2,1	-20,5	0,5
Resto de Países	730	650	281	-56,7	118,1	-	-	-
Total	2884	2592	2487	-4,1	588	419	-28,7	100,0

Fuente: Sociedad Nacional de Industrias, 2017

Entre los productos embutidos de mayor importación en Perú, en términos de volumen, se encuentran el pepperoni, salame, jamón, salchicha y tocino. Sin embargo, tomando en cuenta el comportamiento de los últimos años, los productos embutidos que han tenido un incremento importante en volumen de importación son: el salame, tocino y mortadela. Estos últimos productos deberán tomarse en cuenta para ser incluidos como prioridad en el portafolio de Embuandes para el mercado peruano.

Figura 36.

Importaciones de embutidos y fiambres por tipo de producto, 2014-2017

Producto	Volumen (Miles TM)			Var. %	Part. %
	2014	2015	2016	16/15	2016
Pepperoni	125,4	118,9	125,3	5,4	31,2
Salame	49,0	62,8	74,4	18,5	18,6
Jamón	78,6	75,0	69,3	-7,6	17,3
Salchicha	90,6	98,3	61,4	-37,6	15,3
Tocino	2,1	19,3	34,9	80,7	8,7
Chorizo	16,1	14,5	14,1	-3,0	3,5
Mortadela	1,5	3,3	7,6	129,7	1,9
Salchichón	5,1	4,3	4,1	-3,0	1,0
Fuet	2,1	2,7	3,8	40,4	1,0
Otros	22,1	13,8	6,2	-55,2	1,5
Total	392,5	413,1	401,1	-2,9	100,0

Fuente: Sociedad Nacional de Industrias, 2017

2.5.3 Análisis de la demanda del mercado peruano

- **Contexto Económico**

A lo largo de su historia, Perú ha basado su economía en actividades tradicionales como la explotación, extracción y exportación de recursos naturales. Durante los últimos años, a más de estas actividades, se han incrementado las relacionadas con servicios e industrias ligeras, que ha potencializado el incremento de la economía de este país y se mantenga como una de las más estables de la región.

De acuerdo con datos del Banco Mundial (2018), Perú en los últimos años ha tenido una tasa de crecimiento promedio del PIB del 5,9%, más que otros países de la región como Colombia y Chile, los cuales reportaron un crecimiento del 4,5% y 4,2%, respectivamente. Este crecimiento se debe básicamente a factores como la aplicación de medidas macroeconómicas por parte del gobierno, un contexto externo favorable, los precios de los metales de exportación, inversión extranjera, entre otros. De igual manera, esta situación ha permitido disminuir los índices de pobreza de manera drástica, pasando de un 55,6% en el año 2005 a un 21,8% en el 2015.

El gobierno actual del presidente Martín Vizcarra Cornejo, tomó posesión el pasado 23 de marzo de 2018, teniendo como los principales objetivos de su gobierno el lograr una economía estable con crecimiento constante y equitativo, a través del

incentivo a la inversión privada, apoyo a los emprendedores y fortalecimiento de las pequeñas - medianas empresas.

Según lo proyectado por el Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía peruana crecería un 4,3% en 2017, superando así el crecimiento de 2016 que fue de 4,1%. Este crecimiento se sustentaría básicamente en factores como: una mayor producción y mayor precio del cobre, un mayor gasto público enfocado a nivel local y regional y un sólido gasto en consumo de los hogares(Hidalgo, 2017).

2.5.4 Principales sectores de la economía peruana:

- Sector agrícola

El crecimiento que ha tenido este sector en los últimos años, ha permitido que Perú se convierta en una de las diez primeras naciones proveedoras de alimentos en el mundo; y es el segundo sector en importancia para la economía de Perú(Domínguez, 2016).

En este contexto, el Perú se proyecta como líder regional en la producción de alimentos de alto precio, por el significativo valor agregado en sus exportaciones (frutas y vegetales) y a la inversión tanto por parte el gobierno como de fuentes extranjeras (Alegría y Castillo, 2018).

Las agro-exportaciones tuvieron un incremento del 11% en su valor de exportación, principalmente de productos no tradicionales como los arándanos rojos, uvas, mangos, paltas y espárragos, las cuales pasaron de US\$ 3,765 millones en el 2016 a US\$ 4,178 millones al tercer trimestre del año 2018. Mientras que las exportaciones agrarias de productos tradicionales alcanzaron US\$ 599 millones, concentrando el 13% del total de las agro-exportaciones(Ministerio de Agricultura y Riego, 2018).

- Sector pesquero

El sector pesquero es uno de los grandes activos de Perú. La producción de harina de pescado y aceite de pescado, representan la mayoría de la actividad pesquera del país; debido al volumen de su producción, Perú se encuentra entre los tres principales productores y exportadores de harina de pescado del mundo (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2010).

Entre los más importantes productos pesqueros que se dan en este país, se encuentran recursos pelágicos como: la anchoveta (*Engraulisringens*), jurel (*Trachurusmurphyi*), caballa (*Scomberjaponicus*), (*Dosidicus gigas*), dorado o perico (*Coryphaenahippurus*), entre otros(Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2010).

- **Sector Minero**

De acuerdo con el Ministerio de Energía y Minas de Perú (2018) el sector minero es una de las fuentes más importantes para la economía de Perú, llegando a representar un 79.5% (16.4 mil millones) del PIB, convirtiéndose uno de los principales productores de oro a nivel mundial, el segundo en plata y el tercero en cobre, zinc y estaño. Dentro de los principales destinos para exportar sus minerales, se encuentran países como: EEUU, China, Suiza, Japón, Canadá y la Unión Europea.

El sector minero es uno para los que más inversión se destina, en 2013 se invirtieron USD 9,400 millones, superando el récord histórico de inversiones en este sector y para los próximos años se proyecta que esta cantidad supere los USD 63,000 millones(Ministerio de Energía y Minas Perú, 2018).

Se espera que a partir de próximos años (2017-2018) y con el inicio de la fase de producción de varios proyectos mineros a gran escala, los volúmenes de exportación minera se incrementen y fortalezcan el crecimiento económico del país(Banco Mundial, 2018).

- **Industria Manufacturera**

La industria manufacturera es muy importante para la economía de Perú, según datos del Ministerio de Producción (2018), este sector aporta aproximadamente con el 16,5% del PIB nacional. Dentro de las principales ramas de mayor valor agregado que impulsan este subsector se encuentran: textiles, muebles, conservación de frutas y vegetales, panadería, papel, productos de limpieza, entre otras. Estas industrias registrarían un desempeño positivo gracias a la recuperación de la demanda interna y un incremento de la inversión privada(Ministerio de la Producción, 2018).

- **El sector exterior**

El Perú ha emprendido desde hace varios años una agresiva política de apertura comercial y de negociación de tratados comerciales con países de América, Europa y Asia. Actualmente, según el Banco Interamericano de Desarrollo(2003), Perú participa de los siguientes tratados comerciales, con un total de 52 países:

- Acuerdos Multilaterales
 - Organización Mundial de Comercio (OMC)
 - Miembro del Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC)
- Acuerdos Regionales
 - Comunidad Andina de Naciones (CAN) - Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú
 - Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
- Acuerdos Bilaterales
 - Canadá
 - Chile
 - China
 - Corea
 - Costa Rica
 - Cuba
 - Estados Unidos
 - Japón
 - México
 - Panamá
 - Singapur
 - Tailandia
 - Unión Europea
 - Venezuela

- Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)
- Mercado Común del Sur (MERCOSUR- ACE 58)
- Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú)
- Acuerdos por entrar en Vigencia
 - Guatemala
 - Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP) - Brunéi, Chile, Nueva Zelanda,
 - Singapur, Australia, Estados Unidos, Malasia, Vietnam, Canadá, México, Japón y Perú.
 - Honduras
- Acuerdos en Negociaciones en Curso
 - El Salvador
 - Turquía
 - Programa de Doha para el Desarrollo o simplemente Ronda Doha
 - Acuerdo de Comercio de Servicios (TISA – Trade in Services Agreement)

2.5.4.1 Moneda

La moneda nacional de Perú es el Sol (S/), su paridad cambiaria es de 3.31 soles por cada dólar estadounidense, cifra fijada diariamente por el Banco Central de Reserva del Perú.

En la actualidad, se tiene en circulación billetes de 10, 20, 50, 100 y 200 soles; además de monedas de: 1, 2 y 5 soles; 5, 10, 20 y 50 céntimos (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017).

2.5.5 Contexto Político

De acuerdo a la Constitución Política vigente promulgada el 29 de diciembre de 1993, Perú es una “República democrática, social, independiente y soberana. El Estado es uno e indivisible. Su gobierno es unitario, representativo, y descentralizado y se organiza según el principio de la separación de los poderes.” Art. 43 (Constitución Política del Perú, 1993, p. 15).

Estos poderes se dividen en: Poder Ejecutivo, Poder Legislativo y Poder Judicial; el Poder Ejecutivo está conformado por el Presidente y dos Vice-Presidentes, mientras que el Poder Legislativo se conforma de un Parlamento Unicameral de 130 miembros.

Adicionalmente la Constitución Política del Perú (1993) determina los siguientes organismos autónomos:

- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)
- Consejo Nacional de la Magistratura (CNM)
- Defensoría del Pueblo (DP)
- Empresa Nacional de la Coca S.A (ENACO S.A)
- Escuela Superior Autónoma de Bellas Artes Diego Quispe Tito del Cusco (ESABAC)
- Federación Peruana De Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC)
- Fuero Militar Policial (Ex - Consejo Supremo de Justicia Militar) (FMP)
- Jurado Nacional de Elecciones (JNE)
- La Contraloría General de la República (CGR)
- Ministerio Público Fiscalía de la Nación (MPFN)
- Oficina Central de Lucha contra la Falsificación de Numerario (OCN)
- Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE)
- Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC)
- Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (SBS)
- Tribunal Constitucional (TC)

El jefe de Estado es Martín Alberto Vizcarra Cornejo, quien tomó posesión el 23 de marzo de 2018, debido a la renuncia de su antecesor Pedro Pablo Kuczynski, implicado en presuntos casos de corrupción. El periodo de Vizcarra finalizará el 28 de julio de 2021 (Portal del Estado Peruano).

Dentro de los principales lineamientos del actual gobierno se encuentran: lucha contra la corrupción, estabilidad institucional, economía estable con crecimiento ordenado y equitativo, fortalecer la educación, mejorar la calidad de vida de los peruanos, combatir la anemia y la desnutrición infantil (Zubieta, 2018).

2.5.6 Contexto Social

La desigualdad y pobreza de la población es un tema generalizado a nivel de Latinoamérica, sin excepción de Perú. Sin embargo, de acuerdo a datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe-CEPAL como se cita en el Diario Oficial El peruano (2016), Perú es el país que más redujo la pobreza en los últimos 13 años, pasando de 54.7% en 2001 a 22.7% en 2014.

Sin embargo, en el último año la tasa de pobreza se elevó en un punto porcentual y llegó del 20.7% en 2016 al 21.7% en 2017, de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática-INEI (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2018). En este sentido, el gobierno actual a través del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), se enfoca en: “el cierre de brechas para disminuir la desigualdad, fortalecimiento de la educación y el sistema de salud, recuperación del espacio público como factor clave para la cohesión social, empoderamiento y convivencia comunitaria” (Dominguez y Ninahuanca, 2018).

2.5.7 Contexto Cultural

Perú es un país multiétnico lleno de tradiciones, cultura y lenguas como resultado del mestizaje que se ha dado a lo largo de su historia. Este país fue sede del imperio Inca, uno de los más importantes por su influencia a nivel de América del Sur.

Existe un total de 47 lenguas nativas que se encuentran vigentes en el Perú, el idioma oficial es el español utilizado en la mayoría del territorio, además del Quechua y el Aymara, que se encuentran reconocidos constitucionalmente y son utilizados en varias regiones andinas del país (Ministerio de Educación Perú, 2013).

Otro componente reconocido de la cultura peruana y que forma parte de la identidad nacional, es la gastronomía, su sazón cuenta con una combinación de ajíes, hierbas, soya andina, cereales entre otros alimentos de la costa, que permite crear un sinnúmero de platos que deleitan a propios y extranjeros (Recines, Piñas, Huacachi y Morales, 2013).

El Perú prehispánico rico en cultura y tradiciones, en la actualidad nos ofrece una serie de expresiones artísticas presentes en la mayor parte del territorio nacional. Todas las tradiciones evidencian la memoria de los habitantes, su fuente de inspiración y sentido de pertenencia que empoderan de identidad a los peruanos como población con determinadas características individuales y colectivas, particularidades que los diferencian de otros pueblos andinos (Vela, 2017).

2.5.8 Contexto Ambiental

El deterioro ambiental que sufre Perú y la región, ha sido evidenciado en los cambios ambientales globales que afectan la calidad de vida, resultado del crecimiento de estilos de vida desequilibrantes entre la sociedad humana, la cultura y la naturaleza. Entre las acciones humanas más desfavorables para el ambiente es: la deforestación, la contaminación del agua, aire y el suelo, con un impacto en la pérdida de biodiversidad, incremento de desastres naturales, y otros, que ponen en riesgo la extensión de la vida humana. Perú por su mega diversidad es uno de los 15 países con más diversidad biológica a nivel del planeta, posee 11 Ecorregiones, 28 de los 32 tipos de clima y 84 de las 117 zonas de vida del mundo y es el cuarto país en poseer el 13% del bosque amazónico (Calderón, Sumarán, Chumpitaz y Campos, 2011)

De acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas (2017), la creación de programas presupuestales tienen el objetivo de conservar y utilizar los recursos naturales de forma responsable, el gobierno nacional, a través del Ministerio del Ambiente (MINAM), ejecuta directamente cuatro programas presupuestales en pro de contribuir a la mejora de la calidad ambiental y favorecer el desarrollo poblacional. Los programas presupuestales que se encuentran en ejecución, son los siguientes:

- Gestión Integral de Residuos Sólidos
- Reducción de Vulnerabilidad y Atención de Emergencias por Desastres
- Gestión de la Calidad del Aire
- Prevención y Recuperación Ambiental
- Conservación y uso sostenible de ecosistemas para la provisión de servicios ecosistémicos.

Además existe un convenio para la promoción del financiamiento sostenible en los sectores forestales, de energías renovables, transporte, agricultura, procesos

industriales y desechos, suscrito entre el Ministerio del Ambiente (MINAM) y el Banco Agropecuario (Agrobanco) con el objetivo de reducir hasta un 30% la emisión de gases de efecto invernadero planeadas para el año 2030 (Ministerio del Ambiente del Perú, 2015).

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2018) manifiesta el trabajo en cuatro proyectos que se llevan a cabo con el apoyo de organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los cuales son:

- Convenio Programa “Manejo Sostenible de la Tierra en Apurímac”, el cual promueve el manejo sostenible de la tierra, el agua y la agro biodiversidad; así como la inclusión de estos temas en las políticas y costumbres de la población.
- Proyecto EbA Lomas, el cual se enfoca en la adaptación basada en ecosistemas y “busca proteger, conservar y gestionar de manera sostenible los ecosistemas de las lomas de Lima”.
- Normas y etiquetado de eficiencia energética en Perú, este proyecto “busca remover barreras claves para la amplia propagación de la comercialización de electrodomésticos de consumo eficiente de energía.”
- Iniciativa pobreza y medio ambiente, es un proyecto que promueve “la mejora de condiciones de vida de recicladores y recicladoras en Arequipa, a través del desarrollo de un sistema integral de gestión de residuos sólidos más competitivo y accesible que contribuya con la reducción de la pobreza”.

2.5.9 Contexto Tecnológico

Según cifras de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), Perú invierte solamente el 0.1% de su PIB en investigación y desarrollo, es un porcentaje bajo en comparación al de otros países de la región como Brasil (1.2%) Argentina (0.6%) o México (0.5%); o con los líderes a nivel mundial: Israel y Corea del Sur, con 4.3% cada uno (Sociedad de Comercio Exterior del Perú, 2018).

La situación del Perú no es muy positiva, según el Índice Global de Innovación 2017, desarrollado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el Perú se encuentra en el puesto 70 de los 127 países analizados. Este índice permite efectuar comparaciones entre distintas economías con respecto al desempeño en materia

de investigación y desarrollo. De igual manera, analiza el número de investigaciones y el gasto público, así como las instituciones, infraestructura, contoneo del mercado y el sector empresarial, productos tecnológicos y de conocimiento (Sociedad de Comercio Exterior del Perú, 2018).

El acceso y uso de las tecnologías de la información es un tema de importancia para cualquier país, debido al rápido desarrollo tecnológico a nivel mundial. De acuerdo a un análisis realizado por el Foro Económico Mundial (WEF), el desarrollo tecnológico en el Perú se ve limitado en su mayoría por la baja calidad del sistema educativo y la falta de eficacia de los órganos legislativos, los cuales dificultan la preparación y buen uso de las tecnologías de la información, y peor aún, retrasan el entorno regulatorio necesario para la implementación de las misma(Centro de Desarrollo Industrial CDI, 2016).

Por su parte, el gobierno ha buscado apoyar e implementar proyectos que impulsen el desarrollo de la ciencia y tecnología en Perú en el marco del “Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación para la Competitividad y el Desarrollo Humano 2006-2021”, a través del CONCYTEC (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica) y organismos miembros del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación Tecnológica (SINACYT), en función de impulsar la cooperación con el sector público, privado y académico(Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, 2016).

Según el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (2016), dentro de los programas que están en desarrollo actualmente se encuentran:

- VALBIO: Programa Nacional Transversal de Ciencia, Tecnología e Innovación de Valorización de la Biodiversidad. Esta iniciativa busca unificar las acciones de empresas, organismos gubernamentales y universidades, entre otros; para generar nuevo conocimiento sobre los recursos naturales y se puedan implementar nuevas tecnologías que se adapten a los procesos de producción en función generar valor agregado a los productos.
- PROMAT: el Programa Nacional Transversal de Ciencia y Tecnología de Materiales, tiene como objetivo orientar el proceso que deben llevar a cabo las actividades de investigación y desarrollo tecnológico, en relación a los materiales, para lograr diversificar el sector productivo del país.

- CINTyA: el Programa de Ciencia y tecnología Ambiental, es una herramienta de gestión para identificar áreas de investigación que sean útiles para afrontar los actuales y dinámicos desafíos ambientales del país.
- ATLAS: el Programa Nacional Transversal de Ciencias Básicas se enfoca en fortalecer la investigación en ciencias básicas y generar conocimiento proyectado hacia el futuro.

2.6 Conclusión:

El proceso de una negociación internacional es decisivo al momento de definir un acuerdo comercial, al igual que los diferentes aspectos que se negocian en este tipo de operaciones internacionales.

Con la revisión de los procesos de exportación e importación se pudo determinar los requisitos a cumplir en cada una de las etapas. Al tratarse de productos alimenticios para el consumo humano es importante conocer los diferentes permisos, regulaciones, trámites que se deben cumplir para internacionalizar los productos de Embuandes y no tener inconvenientes en ninguno de los procesos.

Sin embargo debido a que los requisitos sanitarios para la exportación de embutidos porcinos desde Ecuador a Perú no se encuentran actualmente homologados entre las entidades competentes, no resultaría factible llevar a cabo este proyecto de exportación sin antes cumplir con el proceso de homologación.

Por otro lado con el análisis del mercado peruano se determinó principalmente la situación de las importaciones de embutidos, los principales productos importados, etc., con el objetivo de determinar no solo la apertura que tiene este país hacia los productos extranjeros sino también definir los productos principales que Embuandes debe incluir en su portafolio.

Finalmente al analizar los diferentes contextos de Perú, se pudo ver que este país posee características similares al nuestro en cuanto al aspecto cultural, político, social, tratados comerciales, etc., que resultarían beneficiosas al momento de llevar a cabo este proyecto.

CAPÍTULO III

3.1 Estudio Económico y Financiero

El principal objetivo de este estudio es la evaluación económico-financiera del proyecto aplicado a la empresa Embuandes con una proyección a futuro. Para realizar dicho estudio es necesario tomar en cuenta: la inversión requerida, la utilidad que generará este proyecto y la determinación del costo del producto; todo esto con el fin de evaluar la rentabilidad.

Para la exportación de los productos de Embuandes, es importante tomar en cuenta no solo los costos de producción sino también los gastos en los que debe incurrir la empresa hasta dejar sus productos a disposición del comprador, los cuales estarán formulados con base al INCOTERM y sujetos a lo pactado en la negociación.

3.1.1 Costos y Gastos de Exportación proyectados

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador-SENAE, no tiene fijado costos o tasas a pagar por parte del exportador para el despacho de exportación. Lo que el SENAЕ solicita, es el cumplimiento de los permisos de Agrocalidad y demás documentación emitida por los entes de control de Ecuador (SENAE, 2017).

A continuación se detalla los gastos proyectados en los que debe incurrir Embuandes para lograr exportar sus productos:

1. Agrocalidad:

Tabla 5.

Registro de exportador

CÓDIGO	ÍTEM A PAGAR	VALOR (USD)
09.41.012	Calificación anual de centros de producción para exportación de otros	80,0

Fuente: Agrocalidad, 2017

Tabla 6.*Pre - certificado o certificado sanitario de exportación*

CÓDIGO	ITEM A PAGAR	VALOR (USD)
10.01.006	Inspección de animales; productos, subproductos y derivados pecuarios: frescos, refrigerados o congelados, en planta o campo (todo tipo de Inspección pecuaria)	50, 0

Fuente: Agrocalidad, 2017

2. **Servicio Nacional de Sanidad Agraria SENASA Perú:** estudio de análisis de riesgo para la importación de embutidos de porcino procedentes de Ecuador.

Tabla 7.*Análisis de riesgo para importación*

Actividad	Costo
Evaluación en Ecuador por parte de dos funcionarios del SENASA (5 días aproximadamente)	\$370 diarios/ persona Total: \$3700
Pasaje aéreo (ida y vuelta) y movilización en hacia las zonas donde se ubican los establecimientos de producción, faenado y control sanitario	\$510 por persona Total: \$1020
Tasa aeropuerto	\$30.75 por persona Total: \$61.50
Pago por gastos administrativos de la Institución: S/. 289.17 diarios/persona	\$88.52 diarios/ persona Total: \$885.20
Total:	\$5.666,70

Fuente: Consulta realizada a la Subdirección de Cuarentena Animal del SENASA de Perú, 2013 (Ver anexo 4)

3. Certificación de Origen

Existen dos opciones para el trámite del certificado de origen para los productos de Embuandes:

- Afiliarse a la Federación Ecuatoriana de Exportadores FEDEXPOR, lo cual implica un aporte mensual de \$76,44 e incluye beneficios como: asesoría para la exportación, visitas técnicas sin costo y un costo preferencial de \$6 en la emisión del certificado de origen.
- No afiliarse. El costo del certificado sería de \$15, a lo cual se debe sumar los costos de visitas y asesoría técnica para poder clasificar los productos con el arancel correcto, además de tramitar los diferentes certificados de exportación.

Gastos Locales: Flete nacional (Cuenca-Guayaquil), servicios y operaciones portuarios, agente de aduana, empaque/embalaje, seguro de transporte nacional, consolidación de la carga, candado satelital.

Al precio Exworks de los productos de Embuandes, se debe sumar los gastos locales para obtener el precio de venta. De igual manera, es necesario tomar en cuenta el incoterm negociado con el comprador para incluir cualquier otro rubro necesario (Departamento de Importaciones Embuandes Cía. Ltda., 2018).

3.1.2 Gastos Administrativos y de Comercialización

Para el siguiente presupuesto se ha tomado en cuenta los gastos mensuales del primer año (2019) y se ha proyectado un 6% de incremento para los siguientes 5 años. De acuerdo a lo indicado por la gerencia comercial de Embuandes, este incremento del 6% es un valor aproximado que se maneja año tras año y se estima en función de varios factores como por ejemplo, la meta a cumplir en ventas.

Tabla 8.*Gastos Administrativos y de Comercialización*

		ANUAL					
Gastos	2017 (Referencial)	2019	2020	2021	2022	2023	
Gastos administrativos y de ventas							
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 1.453.546,12	\$ 1.540.758,89	\$ 1.633.204,42	\$ 1.731.196,69	\$ 1.835.068,49	\$ 1.945.172,60	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 343.034,23	\$ 363.616,28	\$ 385.433,26	\$ 408.559,26	\$ 433.072,81	\$ 459.057,18	
ARRIENDO	\$ 24.321,60	\$ 24.321,60	\$ 24.321,60	\$ 24.321,60	\$ 24.321,60	\$ 24.321,60	
GASTOS ADMINISTRATIVOS (% / Ventas)	\$ 681.219,39	\$ 722.092,55	\$ 765.418,11	\$ 811.343,19	\$ 860.023,78	\$ 911.625,21	
GASTO PUBLICIDAD (% / Ventas)	\$ 104.790,18	\$ 108.981,79	\$ 113.341,06	\$ 117.874,70	\$ 122.589,69	\$ 127.493,28	
MOVILIZACIÓN	\$ 52.504,95	\$ 55.655,25	\$ 58.994,56	\$ 62.534,24	\$ 66.286,29	\$ 70.263,47	
DEPRECIACIONES	\$ 299.856,60	\$ 317.848,00	\$ 336.918,88	\$ 357.134,01	\$ 378.562,05	\$ 401.275,77	
Total gastos administrativos y de ventas	\$ 2.959.273,07	\$ 3.133.274,35	\$ 3.317.631,88	\$ 3.512.963,68	\$ 3.719.924,71	\$ 3.939.209,10	
Total gastos anuales	\$ 2.959.273,07	\$ 3.133.274,35	\$ 3.317.631,88	\$ 3.512.963,68	\$ 3.719.924,71	\$ 3.939.209,10	
		MENSUAL					
Gastos	2017 (Referencial)	2019	2020	2021	2022	2023	
Gastos administrativos y de ventas							
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 121.128,84	\$ 128.396,57	\$ 136.100,37	\$ 144.266,39	\$ 152.922,37	\$ 162.097,72	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 28.586,19	\$ 30.301,36	\$ 32.119,44	\$ 34.046,60	\$ 36.089,40	\$ 38.254,77	
ARRIENDO	\$ 2.026,80	\$ 2.026,80	\$ 2.026,80	\$ 2.026,80	\$ 2.026,80	\$ 2.026,80	
GASTOS ADMINISTRATIVOS (% / Ventas)	\$ 56.768,28	\$ 60.174,38	\$ 63.784,84	\$ 67.611,93	\$ 71.668,65	\$ 75.968,77	
GASTO PUBLICIDAD (% / Ventas)	\$ 8.732,52	\$ 9.081,82	\$ 9.445,09	\$ 9.822,89	\$ 10.215,81	\$ 10.624,44	
MOVILIZACIÓN	\$ 4.375,41	\$ 4.637,94	\$ 4.916,21	\$ 5.211,19	\$ 5.523,86	\$ 5.855,29	
DEPRECIACIONES	\$ 24.988,05	\$ 26.487,33	\$ 28.076,57	\$ 29.761,17	\$ 31.546,84	\$ 33.439,65	
Total gastos administrativos y de ventas	\$ 246.606,09	\$ 261.106,20	\$ 276.469,32	\$ 292.746,97	\$ 309.993,73	\$ 328.267,43	
Total gastos anuales	\$ 246.606,09	\$ 261.106,20	\$ 276.469,32	\$ 292.746,97	\$ 309.993,73	\$ 328.267,43	

Fuente: Departamento de Contabilidad de EmbuandesCía. Ltda., 2018

Para la tabla anterior se ha tomado información directamente del estado de resultados del año 2017, proporcionado por el departamento de contabilidad de Embuandes. Se han incluido varios rubros, el primero es sueldos y salarios, que cubre a los 150 empleados actuales de la empresa, los cuales podrán incrementar con la producción para exportación, razón por la cual se ha tomado en cuenta un porcentaje de incremento para los próximos 5 años. Dentro del rubro de sueldos y salarios se consideran: sueldos y beneficios legales (horas extras, comisiones, décimo tercer y cuarto sueldo, vacaciones, fondos de reserva, aporte patronal, Iece-Secap).

El siguiente rubro corresponde a servicios básicos (agua, luz y teléfono), que es un gasto necesario para la producción diaria de la empresa. Cabe mencionar que Embuandes, al encontrarse ubicada dentro del Mall del Río de la ciudad de Cuenca, el rubro de servicios básicos es cancelado directamente al centro comercial; de igual manera se hace con la cancelación del valor de arriendo.

Para el rubro de gastos administrativos, Embuandes incluye gastos como: viáticos de ejecutivos de la empresa, gastos de atención a proveedores, mantenimiento de materiales y equipo de la parte administrativa, impuestos municipales, cuotas y contribuciones a la Superintendencia de Compañías, impuestos SRI, gastos de correspondencia y comunicaciones, gastos de importaciones, pólizas de seguro, materiales y útiles de oficina, gastos legales, entre otros.

Luego tenemos el rubro de gastos en publicidad para el cual Embuandes se asigna un presupuesto anual, para el año 2017 se destinaron el 0.4% respecto a las ventas de ese año. Sin embargo, de acuerdo a un informe realizado por la agencia de publicidad Econsultancy sobre las tendencias actuales de inversión en publicidad de las empresas, los presupuestos totales de marketing se sitúan entre el 7% y el 12% de los ingresos totales (Gomez, 2016).

Si se propone exportar sus productos a un nuevo mercado, Embuandes deberá considerar destinar un mayor porcentaje de inversión para publicidad, puesto que el monto actual está muy por debajo del promedio que destinan otras empresas. Por esta razón, se ha considerado un porcentaje de incremento del 4% a partir del año 2020, el mismo que será variable y deberá ser revisado constantemente puesto que se establece en función de las ventas. En este rubro se incluye la promoción en redes sociales, packs promocionales, degustaciones, participación en campañas publicitarias, entre otros.

Para el rubro de movilización, Embuandes incluye los gastos de viaje y movilización de los empleados que trabajan en la fábrica (mano de obra directa), los empleados de la parte administrativa y de los empleados del departamento de ventas. En el caso de los funcionarios del departamento de ventas, tienen un gasto mayor por realizar recorridos para generar ventas. De igual manera, a partir del año 2020 se considera un incremento del 6% debido a los constantes viajes al país de destino (Perú), que deberán realizar los administrativos y el personal de ventas

En el rubro de depreciaciones se incluyen gastos generales deducibles de impuestos, para el caso de Embuandes se toma en cuenta: depreciación de muebles y enseres de la parte administrativa, depreciación de instalaciones y maquinaria de la fábrica, y depreciación de vehículos correspondientes al departamento de ventas.

Sumando todos los gastos analizados, Embuandes para el año 2019 tendría un gasto total de \$3.133.274,35, al cual haría falta sumarle los demás costos de producción y luego restar el valor obtenido de las ventas totales de la empresa (incluyendo exportaciones), obteniendo como resultado la utilidad del ejercicio. Estos cálculos se los realiza en el Estado de Pérdidas y Ganancias de la empresa.

3.1.3 Determinación del Costo del Producto

A continuación se detalla el listado de los productos seleccionado de la línea gourmet de Embuandes, donde consta el precio costo proporcionado por la gerencia comercial:

Tabla 9.

Detalle de productos y su precio costo

Referencia	Línea Gourmet	UNIDAD	Precio Costo
F001050	TOCINO AHUMADO GOURMET FRAILES	KILO	\$ 9.75
F003041	JAMÓN DE PIERNA GOURMET	KILO	\$ 5.27
F006090	JAMÓN FRAILE GOURMET PAVO GRANEL	KILO	\$ 4.35
F003301	MIX DE JAMONES LIGHT	KILO	\$ 3.57
F004304	MORTADELA GOURMET	UNIDAD	\$ 0.88
F004306	MORTADELA PREMIUM GOURMET	UNIDAD	\$ 1.28
F004307	MORTADELA EXTRA GOURMET	UNIDAD	\$ 10.31
F006080	SALCHICHA FRAILE GOURMET PAVO	KILO	\$ 3.21

F006206	SALCHICHA FRANKFURT GOURMET	KILO	\$	2.15
F006216	FRANKFURT GOURMET HOT DOG	KILO	\$	2.22
F005011	PEPERONI ESPECIAL FRAILES	KILO	\$	4.09
F005015	SALAME MILANO FRAILES AL GRANEL	KILO	\$	6.30

Fuente: Embuandes Cía. Ltda., 2018

Embuandes toma en cuenta los siguientes rubros al momento de asignar un precio costo a sus productos, por ejemplo:

Tabla 10.

Rubros de los productos de Embuandes

Producto: Tocino Ahumado Gourmet Frailes

Código	Descripción	Medida	Cantidad	Costo	Valor	Total	Producido
FTEES18	Salmuera / inyección	Kilo	225.5000	0.3661	82.5556	59.2847	161.9502
FTEE230	Fundas Starvac31x555K crudo	Unidad	234.0000	0.1400	32.7600		
FTEE536	Tocino listo para inyectar	Kilo	380.0000	7.4410	2827.5800	729.2200	98.0000
FTEE675	Solución dorador listo	Kilo	1.5500	5.8569	9.0782	579.8307	99.0000
FETE339	Etiqueta de tocino gourmet	Unidad	117.0000	0.0560	6.5520		

Total materia prima	2958.5257
Mano de obra directa	219.3727
Gastos directos	322.72
Activo directo	37.7686
Mano de obra indirecta	94.0169
Gastos indirectos	0.0000
Activo indirecto	0.0000
Total	3632.4039
Producido	372.4000
Costo unitario	9.7540

Fuente: Embuandes Cía. Ltda., 2018

De acuerdo al reporte sectorial emitido por la Sociedad Nacional de Industrias de Perú (SNI) respecto a la importación de embutidos en este país, el precio promedio de importación de los principales productos mantuvo su tendencia hacia la baja, respecto al registro en el 2015. Productos como el pepperoni, el cual se cotizó en 4,0

dólares por kilogramo en el 2016, tenía un precio de 4,8 US\$/kg y 5,6 US\$/kg en el 2015 y en 2014 respectivamente; otro producto es el jamón prosciutto, cuyo precio de importación en 2016 fue de 10,7 US\$/Kg, mientras que en el 2015 se adquiría a 11,5 US\$/kg(Sociedad Nacional de Industrias, 2017)

Por otro lado es necesario calcular y comparar el precio de venta en el mercado peruano de los principales productos a exportar tanto de Embuandes como de los productos existentes en este mercado, lo cual nos ayudaría a determinar la factibilidad de la implementación de este proyecto.

Para determinar este precio de venta partimos del cálculo de la base imponible por cuanto es el considerado para el cálculo de los tributos, en este, se considera: el costo de los productos proporcionado por Embuandes, el valor del flete que consta en una cotización anterior (Figura26) y el porcentaje de seguro establecido por la SUNAT del 1,5% para la partida arancelaria **1601.00.00.00** (Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos).

Tabla 11

Determinación de la base imponible

Producto	Unidad	Costo Embuandes	Flete	Seguro 1,5% SUNAT	Base Imponible
Jamón	1kg	\$ 5.27	\$ 0.08	\$ 0.08	\$ 5.43
Mortadela	1kg	\$ 0.88	\$ 0.08	\$ 0.01	\$ 0.97
Salchicha	1kg	\$ 2.15	\$ 0.08	\$ 0.03	\$ 2.26
Salame	1kg	\$ 6.30	\$ 0.08	\$ 0.09	\$ 6.48
Tocino	1kg	\$ 9.75	\$ 0.08	\$ 0.15	\$ 9.98

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT, 2018, Embuandes;**Elaboración:** Autora

Partiendo de la base imponible se calculan los tributos que se deben cancelar en Perú, de acuerdo a los porcentajes establecidos en la Figura 29:

Tabla 12.*Cálculo de tributos a pagar*

Producto	Base Imponible	Impuesto general a las Ventas IGV (16%)	Impuesto promoción municipal IPM (2%)	Percepción Impuesto General Ventas (3.5%)	PVP Proyectado
Jamón	\$ 5.43	\$ 0.87	\$ 0.11	\$ 0.19	\$ 6.60
Mortadela	\$ 0.97	\$ 0.16	\$ 0.02	\$ 0.03	\$ 1.18
Salchicha	\$ 2.26	\$ 0.36	\$ 0.05	\$ 0.08	\$ 2.75
Salame	\$ 6.48	\$ 1.04	\$ 0.13	\$ 0.23	\$ 7.87
Tocino	\$ 9.98	\$ 1.60	\$ 0.20	\$ 0.35	\$ 12.12

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT, 2018; **Elaboración:** Autora

Luego comparamos el precio de venta de estos productos en Perú y el precio de venta proyectado que obtuvimos anteriormente:

Nota: no se considera el porcentaje del impuesto Ad valorem (Arancel Cobrado a las Mercancías) por cuanto este se libera con presentación del certificado de origen, como se mencionó en el capítulo anterior.

Tabla 13.*Comparación de Precios.*

Producto	Unidad	Precio de venta Perú (Otras marcas)	Precio de Venta Proyectado Embuandes en Perú
Jamón	1kg	\$ 20.15	\$ 6.60
Mortadela	1kg	\$ 7.20	\$ 1.18
Salchicha	1kg	\$ 7.80	\$ 2.75
Salame	1kg	\$ 45.33	\$ 7.87
Tocino	1kg	\$ 22.56	\$ 12.12

Fuente: Metro-Perú, 2018, Wong-Perú, 2017, Tottus-Perú, 2017; **Elaboración:** Autora

De igual manera hay que considerar que no se ha tomado en cuenta un margen de ganancia el cual se deberá pactar entre Embuandes y el importador.

Con esto datos se evidencia que los precios de los productos de Embuandes son competitivos para el mercado peruano por dos razones principales:

1. El precio de venta proyectado es menor al de la competencia
2. Calidad y valor agregado de los productos

3.2 Estrategias de posicionamiento en el mercado peruano

Según Kotler y Armstrong (2008, p. 165) en su libro Fundamentos de Marketing, el posicionamiento en el mercado consiste en “hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, en relación con los productos de la competencia, en la mente de los consumidores meta.”

Por otro lado, Porter(2008) considerado como el padre de la estrategia competitiva, en uno de sus artículos más conocidos llamado “Cómo las fuerzas competitivas dan forma a la estrategia”, habla sobre el famoso Modelo de las Cinco Fuerzas, las cuales influyen en la competitividad de una empresa dentro de un sector. Estas fuerzas son:

- 1) Poder de negociación de los clientes
- 2) Poder de negociación de los proveedores
- 3) Amenaza de nuevos competidores
- 4) Amenaza de productos sustitutos
- 5) Rivalidad entre los competidores existentes

Figura 37.

Trabajo de las fuerzas que intervienen en la competencia.



Fuente: Porter, 2008

La competitividad existente en el sector de alimentos obliga de cierta manera a las empresas a implementar estrategias de posicionamiento para sus marcas. Sin dichas herramientas, las empresas se quedarían poco a poco rezagadas en el mercado y en la mente de los consumidores.

En este contexto, para el caso de Embuandes es importante crear e implementar estrategias que no solo busquen el posicionamiento en el mercado local sino también en el mercado internacional.

Del mismo modo se podría considerar las similitudes de ambos escenarios comerciales y las ventajas del mercado peruano que fueron analizadas anteriormente, con el fin de replicar en este mercado varias estrategias que utiliza Embuandes en la actualidad.

A continuación se analizan las cinco fuerzas que dan forma a la competencia del sector de embutidos en Perú, para posteriormente generar estrategias competitivas para Embuandes:

1) Poder de negociación de los clientes

En el sector de embutidos peruano existen clientes con alto poder de negociación, por un lado están las empresas fabricantes, quienes siempre buscan materias primas e insumos a buen precio para poder abaratar costos y ofrecer precios competitivos a sus clientes finales; esta situación hace que los proveedores de los insumos se enfrenten y compitan por ofrecer los mejores precios. Por otro lado están los clientes finales, que consumen embutidos terminados, ellos exigen siempre una mejor calidad, mejores precios, servicio, entre otros; con lo que las diferentes marcas del sector podrían enfrentarse y competir pudiendo generar ya sea un perjuicio o un incremento en la rentabilidad del sector (Porter, 2008).

2) Poder de negociación de los proveedores

En el sector de embutidos, tanto de Perú como de Ecuador, existen varios proveedores de insumos y materia prima, entre ellos se encuentran proveedores pequeños como ganaderos que ofrecen carne, grasa, entre otros; quienes no son considerados proveedores con un alto poder de negociación, ya que no representan un monopolio y no tienen un control directo sobre los precios de venta, puesto que son regulados por el estado. Por otro lado, están los proveedores de insumos como:

empaques, tripas plásticas, especias, etc., que tampoco son considerados proveedores con alto poder de negociación en el sector, ya que existen sustitutos para los productos que estos ofrecen, además de la existencia de varios ofertantes (Porter, 2008).

3) Amenaza de nuevos competidores

No existe mayor amenaza de nuevos competidores en este sector, puesto que las empresas existentes en Perú representan el 90% de la producción local y las importaciones de embutidos han disminuido un 28,7% entre 2016 y 2017. Entre los principales países desde los cuales se importan estos productos se encuentran: Estados Unidos, Italia, España, Argentina y Holanda (Sociedad Nacional de Industrias, 2017).

Por otra parte, tenemos las barreras de entrada al mercado como son los requisitos sanitarios establecidos por el gobierno peruano para los productos embutidos de origen extranjero.

4) Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos de los embutidos son básicamente la carne de cerdo, res, pescado, pasteles de carne, enlatados, entre otros. La amenaza de estos productos en el sector de embutidos es relativamente alta debido principalmente, a la variedad de opciones y productos que se ofertan en el mercado a precios competitivos (Porter, 2008).

5) Rivalidad entre los competidores existentes

Se había analizado anteriormente que existen seis principales empresas que componen el sector de embutidos en el Perú, cada una de ellas con diferentes marcas dirigidas a distintos segmentos de mercado. De acuerdo al reporte sectorial emitido por la Sociedad de Industrias de Perú SNI, las marcas de embutidos más reconocidas por el consumidor peruano son: San Fernando, Otto Kunz y Braedt (Sociedad Nacional de Industrias, 2012).

Si bien la rivalidad entre las empresas es evidente, no se puede marcar como una acción reprobada sino positiva, frente a este contexto se indica:

Rivalidad puede ser una suma positiva e incluso puede incrementar la rentabilidad promedio de un sector, cuando cada competidor busca satisfacer las necesidades de distintos segmentos de consumidores con distintas combinaciones de precios, productos, servicios, prestaciones, o identidades de marcas (Porter, 2008, p. 8).

Finalmente, las fuerzas competitivas que por su impacto determinan la rentabilidad del sector de embutidos en Perú, son: el alto poder de negociación de los clientes y la amenaza de productos sustitutos. Estas representan los elementos más importantes en la elaboración de estrategias para Embuandes.

A continuación se presenta algunas estrategias de posicionamiento para Embuandes basadas en las principales fuerzas del sector de embutidos peruano:

- Invertir constantemente en la mejora de la calidad de los productos y procesos productivos, esto ayudará en la obtención de certificaciones de calidad, las cuales permiten diferenciación y posicionamiento en el mercado.
- Implementación de beneficios que generen valor agregado a los productos, a través de la mejora en el servicio preventa y posventa.
- Innovación constante en los productos (empaques, beneficios, cualidades, entre otros), lo que permitirá ser competitivos frente a productos sustitutos. De igual manera, es importante tomar en cuenta las preferencias del consumidor peruano para poder acoplarlas a los productos.
- Invertir en publicidad y promoción para dar a conocer ampliamente los beneficios de sus productos.

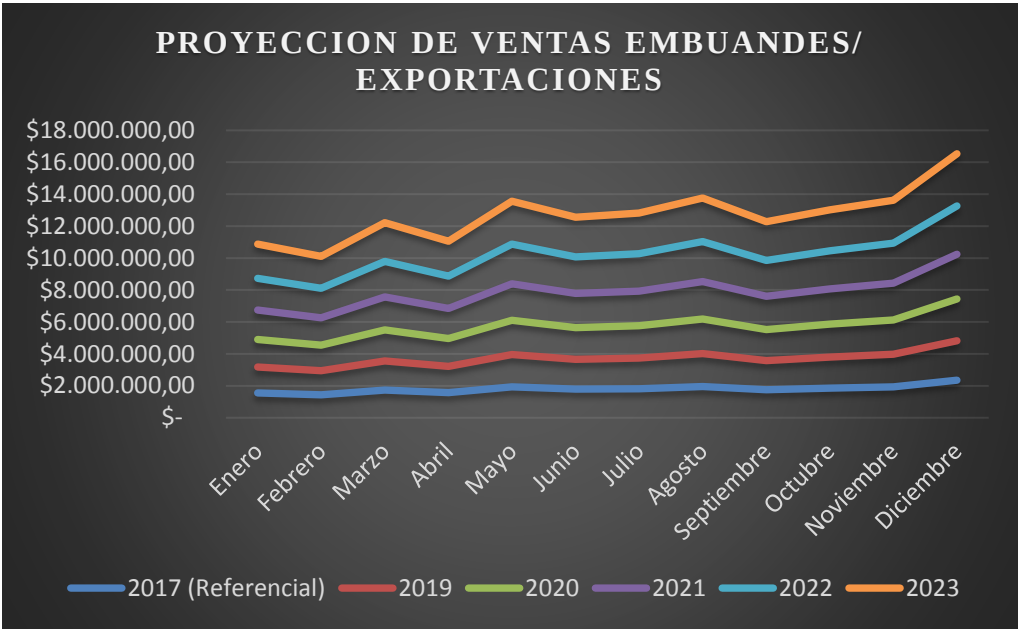
Tabla 14.*Proyección de Ventas*

Ventas	2017 (Referencial)	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	\$ 1,547,938.00	\$ 1,625,334.90	\$ 1,722,854.99	\$ 1,843,454.84	\$ 1,990,931.23	\$ 2,150,205.73
Febrero	\$ 1,437,946.00	\$ 1,509,843.30	\$ 1,600,433.90	\$ 1,712,464.27	\$ 1,849,461.41	\$ 1,997,418.33
Marzo	\$ 1,738,081.00	\$ 1,824,985.05	\$ 1,934,484.15	\$ 2,069,898.04	\$ 2,235,489.89	\$ 2,414,329.08
Abril	\$ 1,571,805.00	\$ 1,650,395.25	\$ 1,749,418.97	\$ 1,871,878.29	\$ 2,021,628.56	\$ 2,183,358.84
Mayo	\$ 1,928,339.00	\$ 2,024,755.95	\$ 2,146,241.31	\$ 2,296,478.20	\$ 2,480,196.45	\$ 2,678,612.17
Junio	\$ 1,786,684.00	\$ 1,876,018.20	\$ 1,988,579.29	\$ 2,127,779.84	\$ 2,298,002.23	\$ 2,481,842.41
Julio	\$ 1,822,948.00	\$ 1,914,095.40	\$ 2,028,941.12	\$ 2,170,967.00	\$ 2,344,644.36	\$ 2,532,215.91
Agosto	\$ 1,958,303.00	\$ 2,056,218.15	\$ 2,179,591.24	\$ 2,332,162.63	\$ 2,518,735.64	\$ 2,720,234.49
Septiembre	\$ 1,745,763.00	\$ 1,833,051.15	\$ 1,943,034.22	\$ 2,079,046.61	\$ 2,245,370.34	\$ 2,424,999.97
Octubre	\$ 1,852,788.00	\$ 1,945,427.40	\$ 2,062,153.04	\$ 2,206,503.76	\$ 2,383,024.06	\$ 2,573,665.98
Noviembre	\$ 1,938,350.00	\$ 2,035,267.50	\$ 2,157,383.55	\$ 2,308,400.40	\$ 2,493,072.43	\$ 2,692,518.22
Diciembre	\$ 2,352,287.00	\$ 2,469,901.35	\$ 2,618,095.43	\$ 2,801,362.11	\$ 3,025,471.08	\$ 3,267,508.77
Total:	\$ 21,681,232.00	\$ 22,765,293.60	\$ 24,131,211.22	\$ 25,820,396.00	\$ 27,886,027.68	\$ 30,116,909.90

Fuente: Departamento Contable EmbuandesCía. Ltda., 2018

Figura 38.

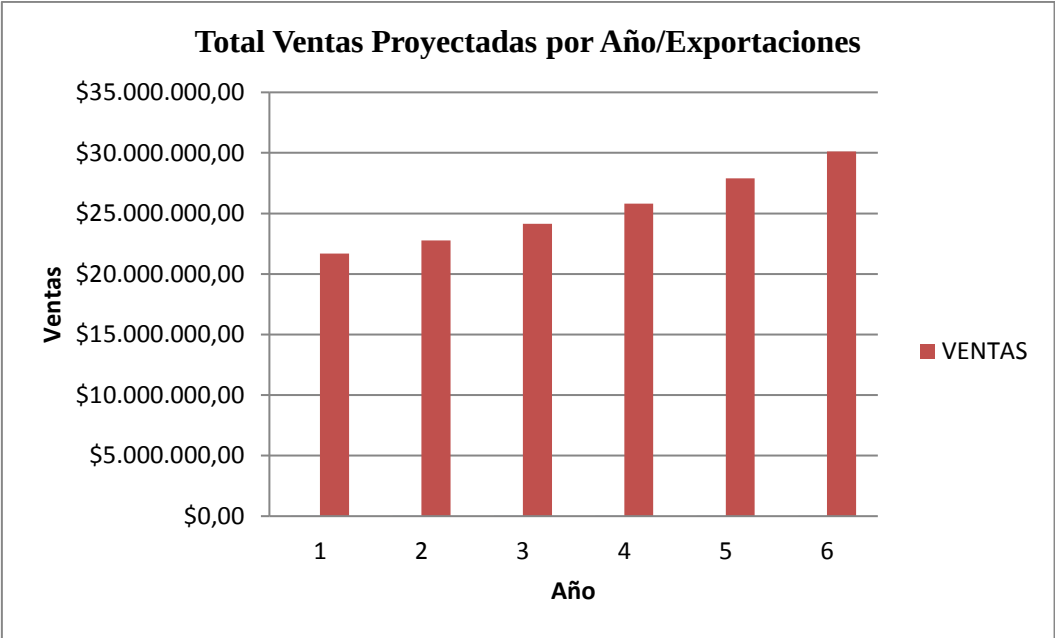
Proyección de Ventas



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Figura 39.

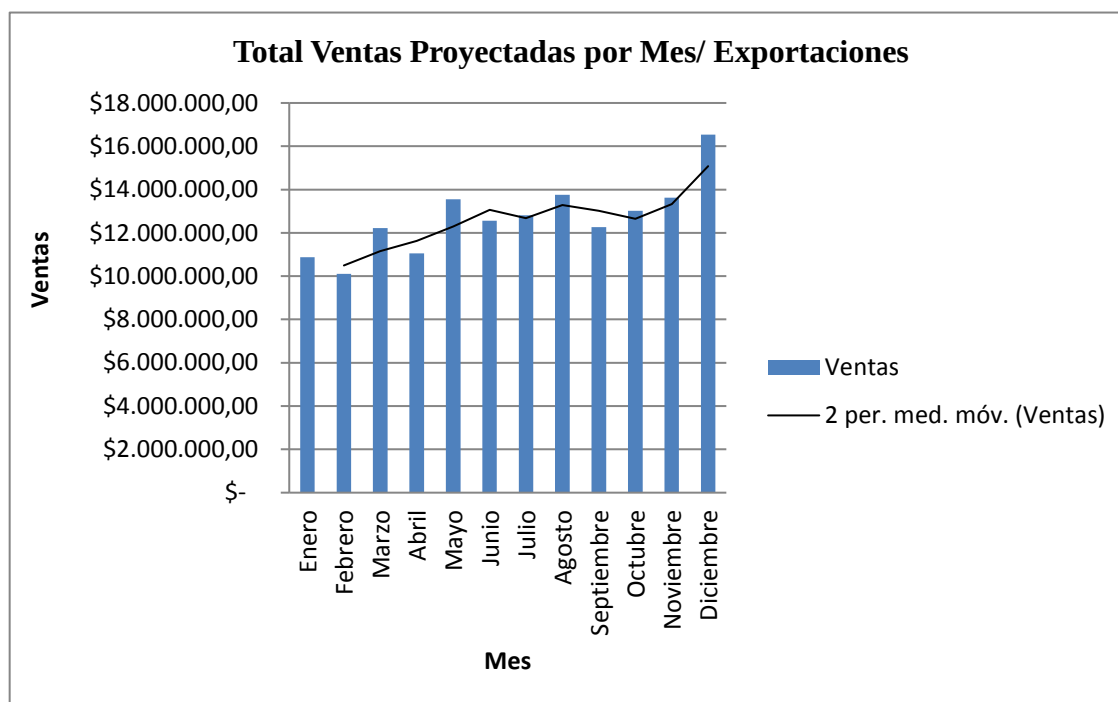
Ventas proyectadas por año



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Figura 40.

Total de ventas proyectadas por mes



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

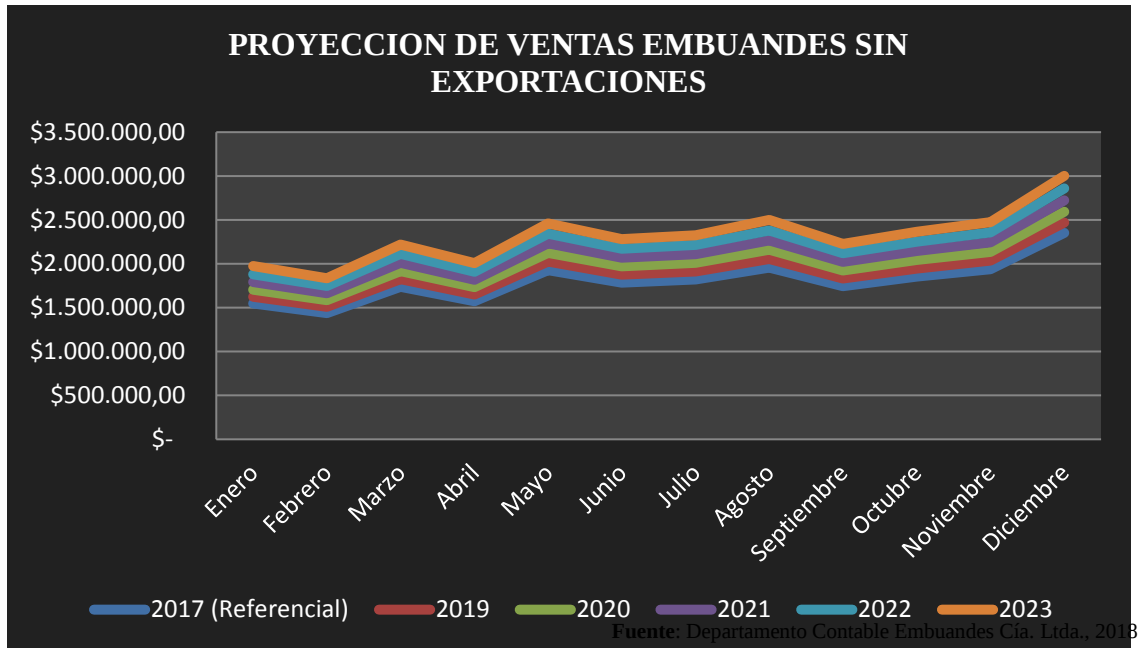
Análisis:

Se ha tomado como referencia las ventas de Embuandes Cía. Ltda. del año 2017 y el promedio de crecimiento desde el año 2015 (es del 5%), con el propósito de realizar una proyección de los próximos cinco años. Con la exportación al mercado peruano se espera un crecimiento adicional en ventas, el porcentaje extra se ha estimado considerando el crecimiento promedio de los últimos años del sector de embutidos en Perú, que es del 8% (Agencia Agraria de Noticias, 2016).

Finalmente, se proyectó un crecimiento paulatino en ventas manteniendo el 5% durante el primer año, 6% el segundo año, 7% el tercer año y 8% cuarto y quinto, llegando así al crecimiento promedio del sector peruano, el cual puede ser sujeto de variación.

Figura 41.

Proyección de Ventas Embuandes sin exportaciones



Fuente:Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Figura 42.

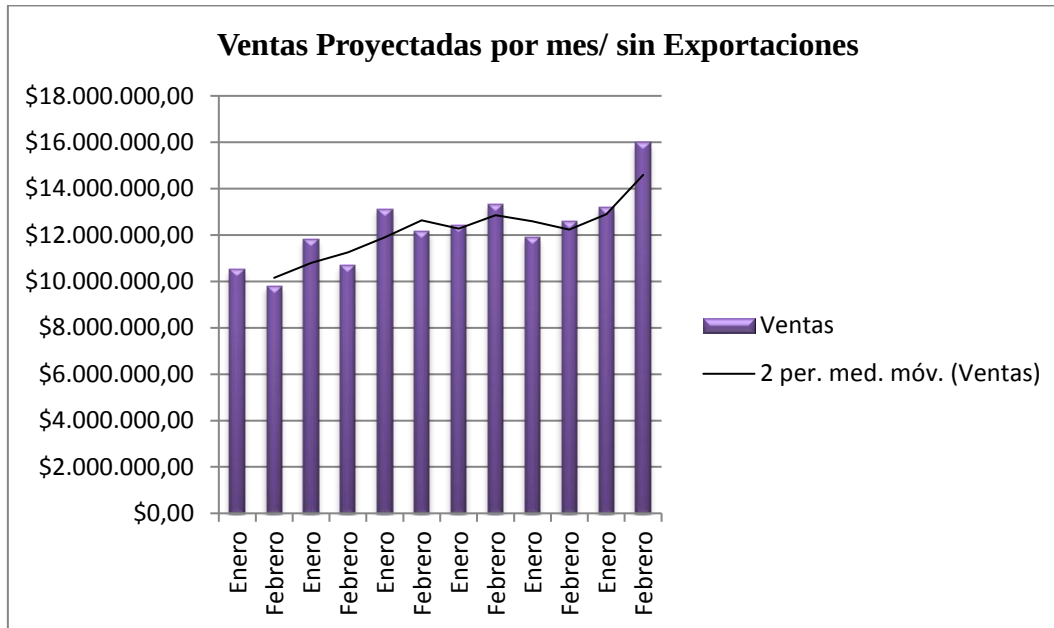
Total de ventas proyectadas sin exportaciones.



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Figura 43.

Proyección de ventas por mes sin exportaciones.



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Por otro lado, se puede observar en las gráficas anteriores la proyección de ventas de Embuandes, considerando solamente el porcentaje de crecimiento establecido por la gerencia administrativa que es del 5% anual, sin las ventas por concepto de exportación. Si bien existe un crecimiento constante en ventas, es mucho menor al que se proyecta con el monto de exportaciones.

Proyecciones Financieras

Figura 44.

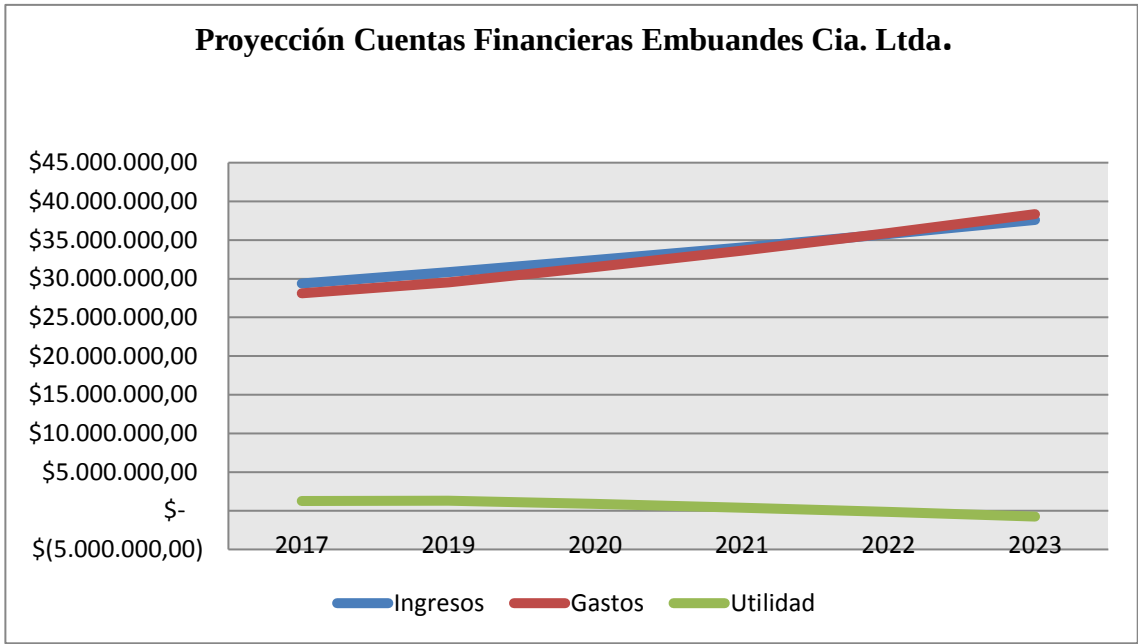
Estado de resultados con las proyecciones actuales de Embuandes

Cuentas Financieras	2017 (Referencial)	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 26,470,846.94	\$ 27,794,389.29	\$ 29,184,108.75	\$ 30,643,314.19	\$ 32,175,479.90	\$ 33,784,253.89
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 134,458.90	\$ 134,458.90	\$ 134,458.90	\$ 134,458.90	\$ 134,458.90	\$ 134,458.90
DEVOLUCIONES Y DESCUENTOS EN VENTAS	\$ (3,354,200.97)	\$ (3,672,850.06)	\$ (4,040,135.07)	\$ (4,444,148.58)	\$ (4,888,563.43)	\$ (5,377,419.78)
MATERIALES Y SUMINISTROS UTILIZADOS	\$ (12,277.56)	\$ (12,523.11)	\$ (12,836.19)	\$ (13,157.09)	\$ (13,486.02)	\$ (13,823.17)
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ (720,230.10)	\$ (741,837.00)	\$ (775,219.67)	\$ (810,104.55)	\$ (846,559.26)	\$ (884,654.42)
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ (649,947.29)	\$ (662,946.24)	\$ (682,834.62)	\$ (703,319.66)	\$ (724,419.25)	\$ (746,151.83)
COSTOS DE PRODUCCION	\$ (2,277,432.38)	\$ (2,391,304.00)	\$ (2,534,782.24)	\$ (2,686,869.17)	\$ (2,848,081.32)	\$ (3,018,966.20)
GASTOS DE FABRICACION	\$ (682,949.32)	\$ (717,096.79)	\$ (760,122.59)	\$ (805,729.95)	\$ (854,073.75)	\$ (905,318.17)
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ (939,957.53)	\$ (958,756.68)	\$ (992,313.16)	\$ (1,027,044.13)	\$ (1,062,990.67)	\$ (1,100,195.34)
GASTOS DE ATENCION	\$ (36,815.23)	\$ (38,287.84)	\$ (40,202.23)	\$ (42,212.34)	\$ (44,322.96)	\$ (46,539.11)
GASTOS TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	\$ (6,882.06)	\$ (7,019.70)	\$ (7,160.10)	\$ (7,303.30)	\$ (7,449.36)	\$ (7,598.35)
GASTOS DE IMPORTACIONES	\$ (15,342.23)	\$ (15,802.50)	\$ (16,592.62)	\$ (17,422.25)	\$ (18,293.37)	\$ (19,208.03)
GASTOS DE VENTAS	\$ (1,719,778.96)	\$ (1,771,372.33)	\$ (1,859,940.95)	\$ (1,952,937.99)	\$ (2,050,584.89)	\$ (2,153,114.14)
GASTOS DE MOVILIZACION Y VIAJE	\$ (54,009.64)	\$ (55,629.93)	\$ (57,855.13)	\$ (60,169.33)	\$ (62,576.10)	\$ (65,079.15)
COSTO DE VENTAS	\$ (16,566,083.26)	\$ (17,394,387.42)	\$ (18,611,994.54)	\$ (19,914,834.16)	\$ (21,308,872.55)	\$ (22,800,493.63)
INV.FINAL DE PRODUCTOS FABRICADOS POR LA CIA.	\$ 2,776,024.30	\$ 2,914,825.52	\$ 3,089,715.05	\$ 3,275,097.95	\$ 3,471,603.83	\$ 3,679,900.06
MANTENIMIENTO	\$ (164,214.01)	\$ (165,856.15)	\$ (167,514.71)	\$ (169,189.86)	\$ (170,881.76)	\$ (172,590.57)
IMPUESTOS CUOTAS Y CONTRIBUCIONES	\$ (550,966.02)	\$ (567,495.00)	\$ (584,519.85)	\$ (602,055.45)	\$ (620,117.11)	\$ (638,720.62)
POLIZAS DE SEGUROS CONTRATADAS	\$ (13,741.12)	\$ (14,015.94)	\$ (14,296.26)	\$ (14,582.19)	\$ (14,873.83)	\$ (15,171.31)
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	\$ (299,856.60)	\$ (305,853.73)	\$ (311,970.81)	\$ (318,210.22)	\$ (324,574.43)	\$ (331,065.92)
ESCRITORIO Y PAPELERIA/ CORRESPONDENCIA	\$ (11,070.20)	\$ (11,125.55)	\$ (11,181.18)	\$ (11,237.08)	\$ (11,293.27)	\$ (11,349.74)
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	\$ (36,819.14)	\$ (37,555.52)	\$ (38,306.63)	\$ (39,072.77)	\$ (39,854.22)	\$ (40,651.31)
Utilidad:	\$ 1,268,756.52	\$ 1,301,958.21	\$ 888,504.15	\$ 413,270.96	\$ (130,324.93)	\$ (749,497.94)

Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Figura 45.

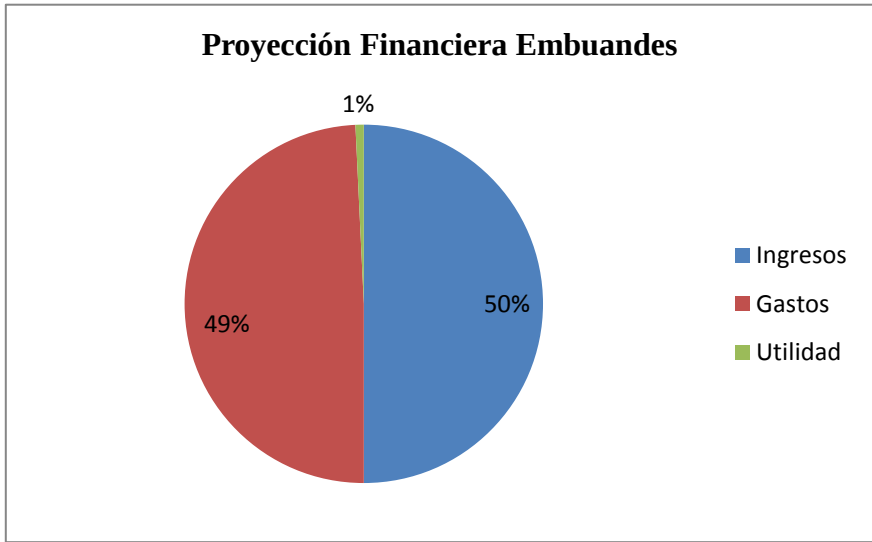
Proyección Cuentas Financieras Embuandes Cía. Ltda.



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Figura 46.

Proyección Financiera Embuandes Cía. Ltda.



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Figura 47.

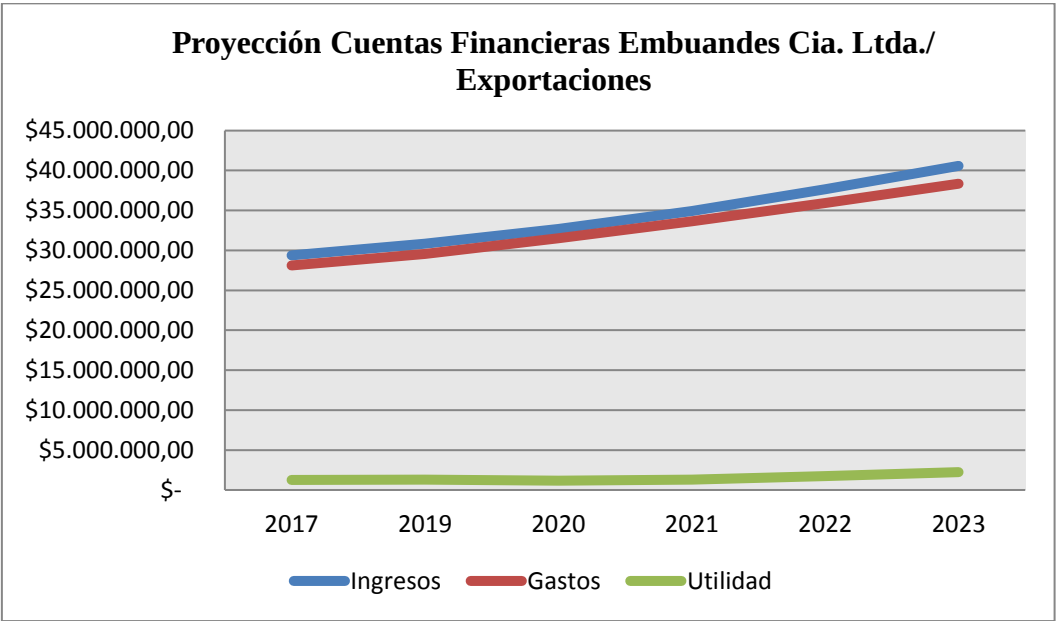
Estado de Resultados con proyección de ventas-exportación:

Cuentas Financieras	2017 (Referencial)	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 4,789,614.94	\$ 5,029,095.69	\$ 5,330,841.42	\$ 5,704,000.33	\$ 6,160,320.36	\$ 6,653,145.98
INGRESOS OPERACIONALES (VENTAS EXPORTACIÓN)	\$ 21,681,232.00	\$ 22,765,293.60	\$ 24,131,211.22	\$ 25,820,396.00	\$ 27,886,027.68	\$ 30,116,909.90
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 134,458.90	\$ 134,458.90	\$ 134,458.90	\$ 134,458.90	\$ 134,458.90	\$ 134,458.90
DEVOLUCIONES Y DESCUENTOS EN VENTAS	\$ (3,354,200.97)	\$ (3,672,850.06)	\$ (4,040,135.07)	\$ (4,444,148.58)	\$ (4,888,563.43)	\$ (5,377,419.78)
MATERIALES Y SUMINISTROS UTILIZADOS	\$ (12,277.56)	\$ (12,523.11)	\$ (12,836.19)	\$ (13,157.09)	\$ (13,486.02)	\$ (13,823.17)
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ (720,230.10)	\$ (741,837.00)	\$ (775,219.67)	\$ (810,104.55)	\$ (846,559.26)	\$ (884,654.42)
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ (649,947.29)	\$ (662,946.24)	\$ (682,834.62)	\$ (703,319.66)	\$ (724,419.25)	\$ (746,151.83)
COSTOS DE PRODUCCION	\$ (2,277,432.38)	\$ (2,391,304.00)	\$ (2,534,782.24)	\$ (2,686,869.17)	\$ (2,848,081.32)	\$ (3,018,966.20)
GASTOS DE FABRICACION	\$ (682,949.32)	\$ (717,096.79)	\$ (760,122.59)	\$ (805,729.95)	\$ (854,073.75)	\$ (905,318.17)
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ (939,957.53)	\$ (958,756.68)	\$ (992,313.16)	\$ (1,027,044.13)	\$ (1,062,990.67)	\$ (1,100,195.34)
GASTOS DE ATENCION	\$ (36,815.23)	\$ (38,287.84)	\$ (40,202.23)	\$ (42,212.34)	\$ (44,322.96)	\$ (46,539.11)
GASTOS TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	\$ (6,882.06)	\$ (7,019.70)	\$ (7,160.10)	\$ (7,303.30)	\$ (7,449.36)	\$ (7,598.35)
GASTOS DE IMPORTACIONES	\$ (15,342.23)	\$ (15,802.50)	\$ (16,592.62)	\$ (17,422.25)	\$ (18,293.37)	\$ (19,208.03)
GASTOS DE VENTAS	\$ (1,719,778.96)	\$ (1,771,372.33)	\$ (1,859,940.95)	\$ (1,952,937.99)	\$ (2,050,584.89)	\$ (2,153,114.14)
GASTOS DE MOVILIZACION Y VIAJE	\$ (54,009.64)	\$ (55,629.93)	\$ (57,855.13)	\$ (60,169.33)	\$ (62,576.10)	\$ (65,079.15)
COSTO DE VENTAS	\$ (16,566,083.26)	\$ (17,394,387.42)	\$ (18,611,994.54)	\$ (19,914,834.16)	\$ (21,308,872.55)	\$ (22,800,493.63)
INV.FINAL DE PRODUCTOS FABRICADOS POR LA CIA.	\$ 2,776,024.30	\$ 2,914,825.52	\$ 3,089,715.05	\$ 3,275,097.95	\$ 3,471,603.83	\$ 3,679,900.06
MANTENIMIENTO	\$ (164,214.01)	\$ (165,856.15)	\$ (167,514.71)	\$ (169,189.86)	\$ (170,881.76)	\$ (172,590.57)
IMPUESTOS CUOTAS Y CONTRIBUCIONES	\$ (550,966.02)	\$ (567,495.00)	\$ (584,519.85)	\$ (602,055.45)	\$ (620,117.11)	\$ (638,720.62)
POLIZAS DE SEGUROS CONTRATADAS	\$ (13,741.12)	\$ (14,015.94)	\$ (14,296.26)	\$ (14,582.19)	\$ (14,873.83)	\$ (15,171.31)
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	\$ (299,856.60)	\$ (305,853.73)	\$ (311,970.81)	\$ (318,210.22)	\$ (324,574.43)	\$ (331,065.92)
ESCRITORIO Y PAPELERIA/ CORRESPONDENCIA	\$ (11,070.20)	\$ (11,125.55)	\$ (11,181.18)	\$ (11,237.08)	\$ (11,293.27)	\$ (11,349.74)
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	\$ (36,819.14)	\$ (37,555.52)	\$ (38,306.63)	\$ (39,072.77)	\$ (39,854.22)	\$ (40,651.31)
Utilidad:	\$ 1,268,756.52	\$ 1,301,958.21	\$ 1,166,448.04	\$ 1,294,353.11	\$ 1,740,543.21	\$ 2,236,304.05

Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Figura 48.

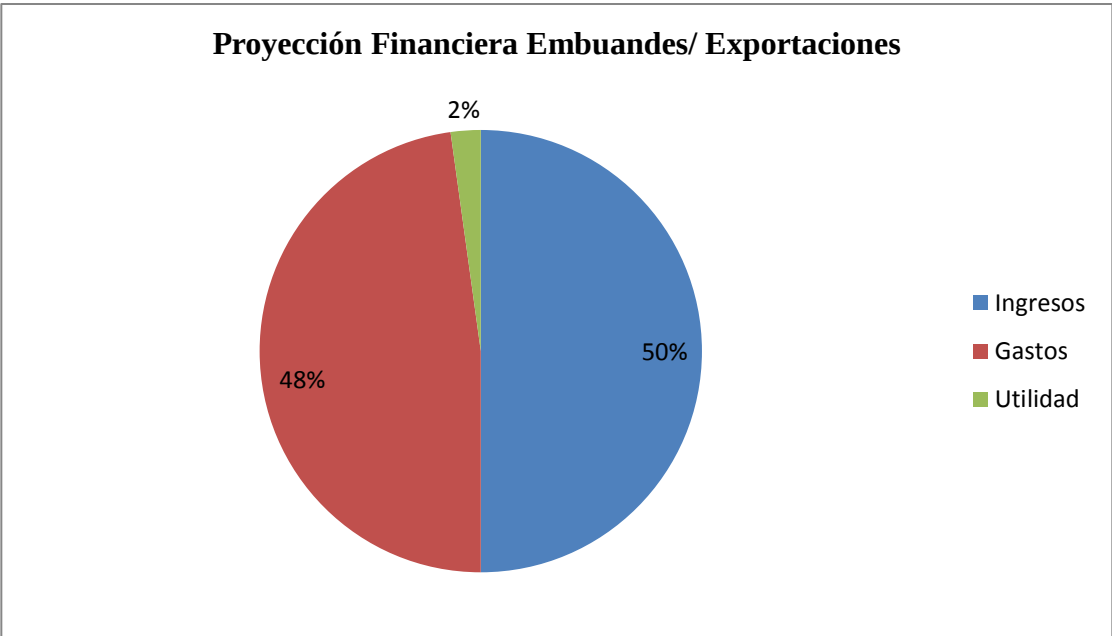
Proyección Cuentas Financieras Embuandes Cía. Ltda.- Exportaciones



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Figura 49.

Proyección Financiera Embuandes Cía. Ltda.-Exportaciones



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

3.2.1 Proyecciones Financieras

Para realizar la proyección financiera se ha tomado como referencia el estado de resultados del año 2017, proporcionado por el departamento contable de la empresa Embuandes. Se han seleccionado las cuentas principales que conforman este balance y se hizo una proyección para los próximos cinco años, en base a los porcentajes de crecimiento que planifica la gerencia administrativa de la empresa y tomando en consideración, la posibilidad de exportación de los productos.

Cabe indicar que no es posible calcular el resultado final de este balance, puesto que se omitieron cuentas de ingresos, de acuerdo a la solicitud de la empresa por motivos de confidencialidad.

- En la cuenta de ingresos constan:
 1. Ingresos operacionales: principalmente las ventas netas y ventas brutas, que se han planificado con un porcentaje de crecimiento anual del 5% para todos los años.
 2. Ingresos no operacionales: se incluyen ingresos por intereses ganados en pólizas, para este rubro no se ha considerado un porcentaje de crecimiento, puesto que dichos valores permanecen constantes.
- Luego tenemos la cuenta de devoluciones y descuentos en ventas, en la que se ha considerado un porcentaje constante del 1.5% que asigna Embuandes para devoluciones todos los años y un 10% en descuento aplicado a las ventas. Se proyecta que el porcentaje de descuento a las ventas se incrementaría un 5% adicional, a partir del año 2020, tomando en consideración el incremento de ventas por exportación.
- En la cuenta de materiales y suministros utilizados, se incluyen los materiales utilizados a nivel de la planta de producción, para este rubro se considera un 2% de incremento en el primer año y a partir del segundo año un 0.5% adicional.
- Para las cuentas de mano de obra directa e indirecta en las que se incluyen los rubros como: sueldos, horas extras, décimos, gastos de alimentación, entre otros, del personal que trabaja directamente en planta y oficinas, se asignó un porcentaje del 3% de incremento para mano de obra directa en el primer año y un 1.5% en los años siguientes. Mientras que para mano de obra indirecta se

asignó un porcentaje menor del 2% de incremento en el primer año y un 1% adicional para los cuatro años siguientes, debido a que la empresa prioriza la contratación de personal de planta principalmente en época de ventas altas.

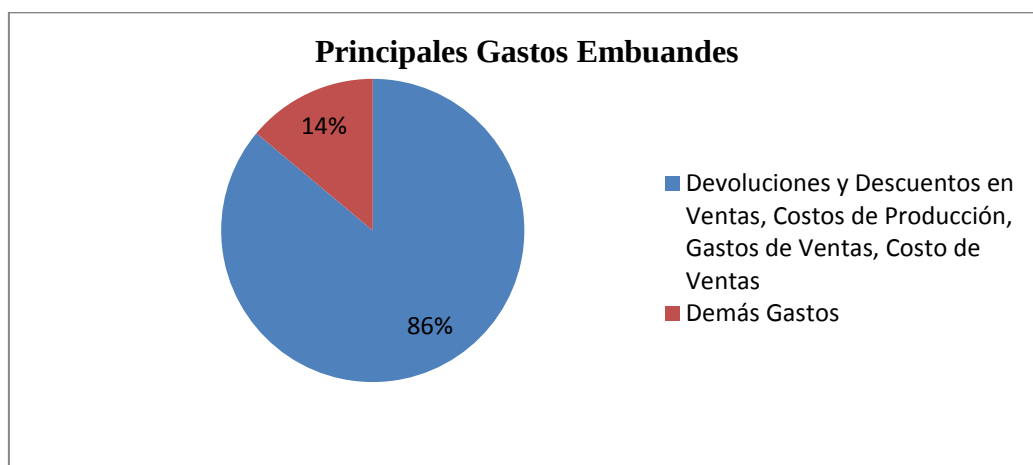
- En los costos de producción se encuentran costos incurridos y costos directos. Para estos costos la empresa planifica un incremento del 5% para el primer año y 1% adicional para los 4 años siguientes, considerando el incremento que se debe hacer en rubros como: materia prima, maquinaria, entre otros.
- Para los gastos de fabricación se incluyen rubros como: combustible, consumo telefónico, seguros pagados, mantenimiento de fábrica, entre otros. Se planifica un crecimiento del 5% para estos gastos durante el primer año y un 1% adicional durante los siguientes cuatro años.
- En la cuenta de gastos administrativos se incluyen todos los rubros relacionados con sueldos y beneficios sociales del personal que labora en el área administrativa de la empresa, para estos gastos se proyecta un crecimiento del 2% en el primer año y 1.5% a partir del año 2020.
- Dentro de los gastos de atención, se incluyen gastos de capacitaciones al personal, atención a proveedores, técnicos y asesores, además de gastos en atención a clientes del exterior. Por lo que se proyecta un incremento del 4% para el primer año y un 1% adicional para los cuatro años siguientes.
- Para la cuenta de gastos en transporte y comunicaciones se proyecta un porcentaje de incremento constante del 2% para todos los años, por incluir únicamente gastos locales.
- En la cuenta de gastos de importaciones se proyecta un incremento del 3% para el primer año y un 2% para los cuatro años siguientes, a razón de la necesidad de importación de una mayor cantidad de materia prima para producción.
- Dentro de la cuenta gastos de ventas se incluyen todos los rubros relacionados con sueldos y beneficios sociales del personal que labora en el área de ventas de la empresa, para estos gastos se proyecta un crecimiento del 3% en el primer año y 2% a partir del año 2020.
- Para la cuenta de gastos de movilización y viaje, que incluye gastos de movilización de los directivos y ejecutivos de la empresa, se considera un

incremento del 3% en el primer año, por requerir un mayor número de viajes al mercado de destino en Perú y un 1% de incremento para los cuatro años siguientes.

- En la cuenta de costo de ventas se proyecta un crecimiento del 5% para el primer año y un 2% adicional para los cuatro años siguientes, que se planifica en función del crecimiento en ventas proyectado.
- Para la cuenta de inventario final de productos fabricados, el porcentaje de crecimiento se calcula de acuerdo a la proyección de ventas, por lo que se considera un incremento del 5% para el primer año y 1% adicional para los cuatro años siguientes.
- En la cuenta de mantenimiento, que incluye los gastos por mantenimiento de equipos, maquinaria y vehículos, se proyecta un incremento constante del 1% anual.
- Para la cuenta de impuestos, cuotas y contribuciones se proyecta un incremento constante del 3% para todos los años.
- En la cuenta de pólizas de seguro contratadas, que brinda cobertura para vehículos de la empresa, maquinaria y fábrica en general, se planifica un crecimiento constante del 2% para todos los años.
- Para la cuenta de depreciaciones y amortizaciones, que incluye básicamente la depreciación de los vehículos, el departamento contable considera un incremento del 2% para todos los años.
- En la cuenta de escritorio y papelería / correspondencia, que abarca los gastos de materiales y útiles de oficina y los gastos de correo, se proyecta un incremento del 0.5% anual.
- Finalmente, en la cuenta de transporte y comunicaciones, que gestiona los gastos de embalaje, estibación, entre otros, se establece un crecimiento del 2% en todos los años.

Figura 50.

Principales Gastos Embuandes



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Dentro de los principales gastos de la empresa se encuentra el costo de ventas, que representa el 59% del gasto total; y la cuenta de devoluciones y descuentos en ventas que representa el 13% de los gastos.

- En la cuenta de costo de ventas, se incluye básicamente las compras netas de mercaderías tanto nacionales como importadas.
- En la cuenta de devoluciones y descuentos en ventas, constan todos los descuentos que se da a los clientes y el porcentaje de devoluciones que acepta la empresa.

Los costos de producción y gastos de ventas representan el 8% y 6% del gasto total, respectivamente.

Tabla 15.

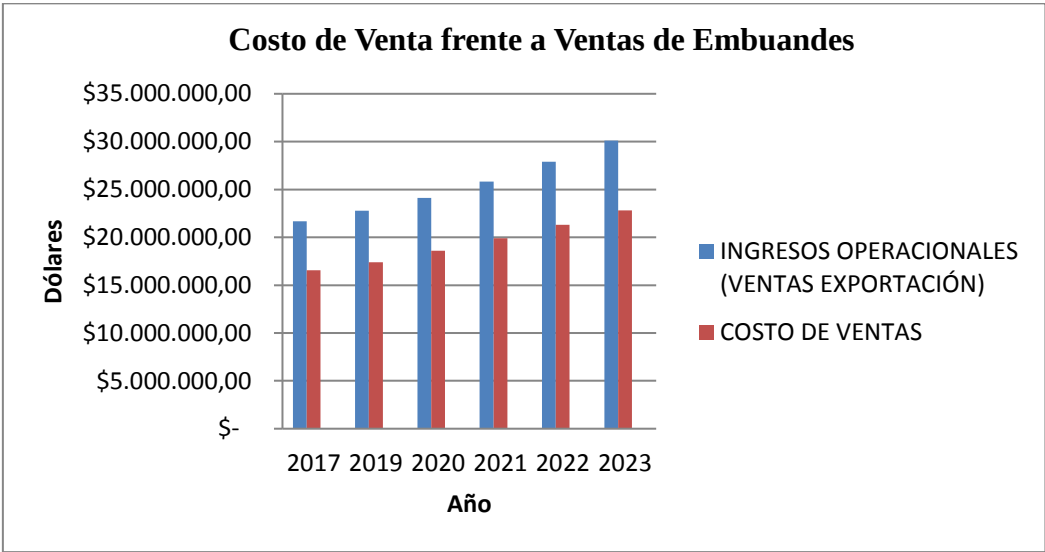
Costos de producción y gastos de ventas.

Tipo de Gasto	Porcentaje del Gasto Total
Costo de Ventas	59%
Devoluciones y Descuentos en Ventas	13%
Costos de Producción	8%
Gastos de Ventas	6%
Total:	86%

Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Figura 51.

Costo de Venta frente a Ventas de Embuandes

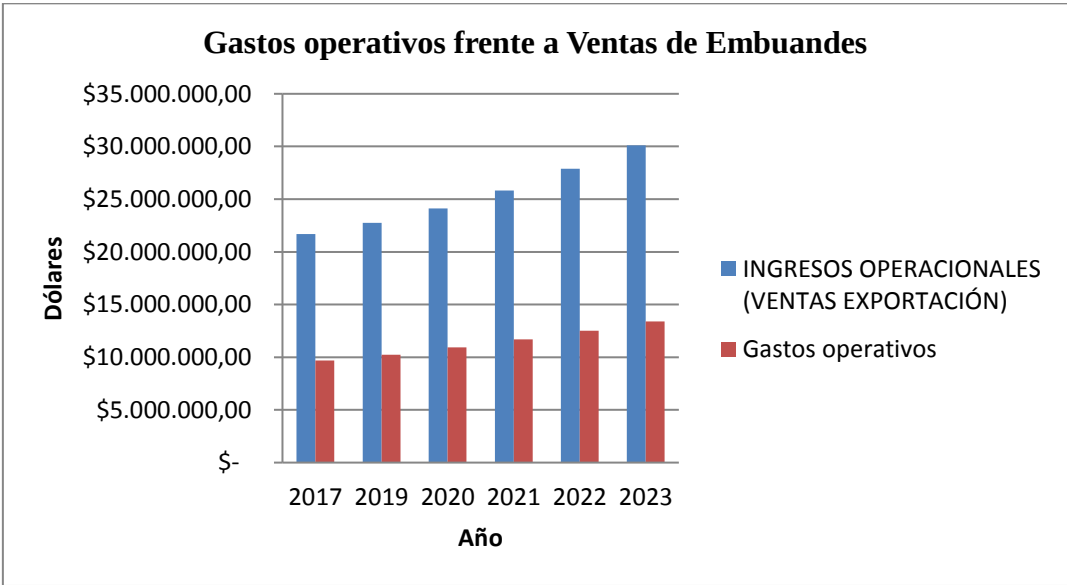


Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

En esta gráfica se puede observar que el costo de ventas representa un promedio del 77% de las ventas durante el periodo 2017-2023, lo que significa que por cada dólar de venta, 0,77 centavos representan el costo de venta.

Figura 52.

Gastos operativos frente a Ventas de Embuandes

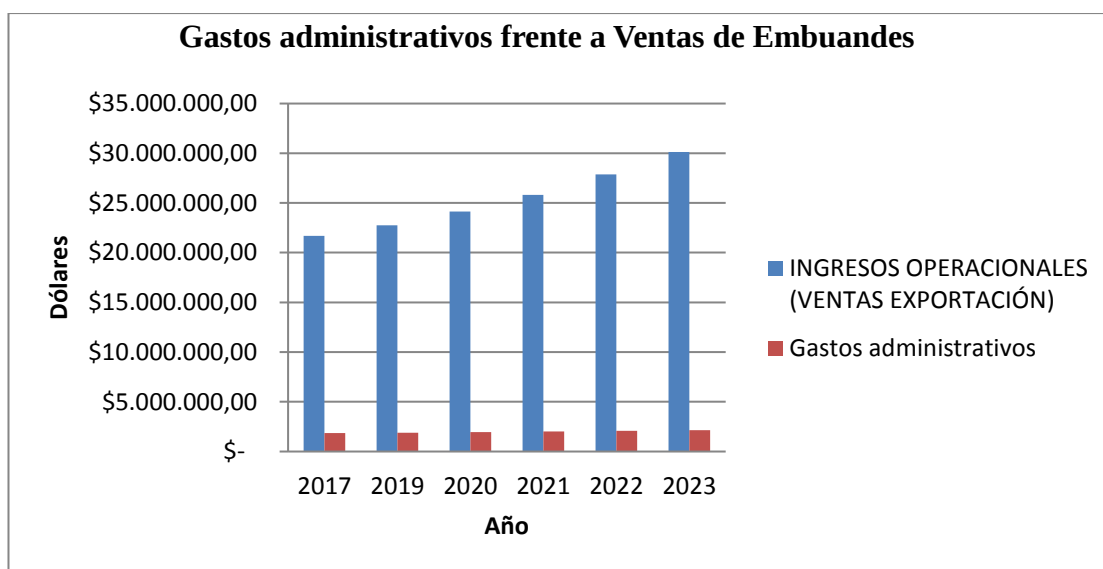


Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Con respecto a los gastos operativos, que están relacionados directamente con la operación/producción de la empresa, se ha considerado gastos como: mano de obra directa e indirecta, costos de producción, gastos de fabricación, gastos de atención, gastos de importaciones, gastos de ventas, mantenimiento, gastos de movilización y viaje, materiales y suministros, devoluciones y descuentos en ventas; podemos ver que en promedio representan un 45% de las ventas durante el periodo 2017-2023, lo que significa que por cada dólar de venta, 0,45 centavos corresponden a gastos operativos.

Figura 53.

Gastos administrativos frente a Ventas de Embuandes



Fuente: Departamento Contable Embuandes Cía. Ltda., 2018

Dentro de los gastos administrativos de Embuandes se consideran: gastos de transporte y comunicaciones, impuestos cuotas y contribuciones, pólizas de seguros contratadas, depreciaciones y amortizaciones, escritorio y papelería, correspondencia; la suma de estos items representa un 8% de las ventas durante el periodo 2017-2023, lo que significa que por cada dólar de venta, 0,08 centavos corresponden a gastos administrativos.

Con el análisis de las principales cuentas financieras de Embuandes podemos observar que cada año, a medida que incrementan los ingresos, también incrementan los gastos. Si bien es cierto, la gerencia administrativa planifica un porcentaje de crecimiento referencial para cada cuenta, dentro de lo que se estima un 5% de

crecimiento anual en el rubro de ventas, no es suficiente para mantener una utilidad creciente en los próximos años. Por el contrario, cuando se incluye la cuenta de ingresos por ventas, en la que consta la proyección de exportación, se mantiene una utilidad creciente desde el primer año.

En lo que respecta a las cuentas de gastos que tienen un mayor crecimiento e influyen directamente en la utilidad de la empresa, está la cuenta de devoluciones y descuentos en ventas, para la que se considera un porcentaje de crecimiento del 10%. Este porcentaje es alto en comparación al porcentaje de las demás cuentas; si bien se busca aumentar la utilidad de la empresa, es necesario optimizar y reducir el gasto en este tipo de rubros, principalmente en las devoluciones de mercadería.

Aunque no es factible contar con un resultado real de la utilidad de este proyecto debido a la omisión de varias cuentas por solicitud de la empresa, se puede tener una idea clara del impacto positivo que tendría la aplicación de este proyecto en la empresa Embuandes, tomando en cuenta la inversión inicial requerida.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador SENA. (2015). *Resolución Nro. SENA-DGN-2015-0364-RE*. Recuperado el 2018
- Aduana del Ecuador SENA. (Mayo de 2016). *Guía de Operadores del Comercio Exterior para gestión de las Declaraciones Aduaneras de exportación*. Recuperado el 9 de octubre de 2018, de https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/2016/dic/a3_SENAE-GOE-2-2-001-V4.pdf
- Aduana del Ecuador SENA. (2018). *Procedimiento para OCE'S (Operadores de Comercio Exterior)*. Recuperado el 12 de octubre de 2018, de SENA: <https://www.aduana.gob.ec/servicios-para-oces/procedimientos-para-oces/>
- Agencia Agraria de Noticias. (13 de junio de 2016). *Ventas de embutidos sumarían us\$ 150 millones este año*. Recuperado el 14 de octubre de 2018, de <http://agraria.pe/noticias/ventas-de-embutidos-sumarian-us-150-11318>
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro-AGROCALIDAD. (01 de Junio de 2016). *Manual de Inspección de Mercancías Pecuarias para la Exportación*. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca: <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/pdf/sanidad-animal/Manual%20de%20Inspecci%C3%B3n%20Sanitaria%20de%20Mercancias%20Pecuarias%20para%20Exportaci%C3%B3n.pdf>
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la calidad del Agro-AGROCALIDAD. (2017). *Solicitud de Certificado Zoosanitario de Exportación*. Recuperado el 14 de octubre de 2018, de Aduana de Ecuador: https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2015/Exportacion_Zoosanitaria.pdf
- Alegría, L., & Castillo, N. (14 de agosto de 2018). *Exportaciones con valor agregado baten récords*. Recuperado el 8 de mayo de 2018, de Diario el Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/peru/exportaciones-agregado-baten-records-noticia-546529>
- América Economía. (6 de abril de 2011). *FMI: mercado cambiario peruano entre los más estables*. Recuperado el 26 de abril de 2011, de <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/fmi-mercado-cambiario-peruano-entre-los-mas-estables-de-america-latina>
- Articuloz. (14 de mayo de 2009). *Régimen de la Propiedad Intelectual en el Perú*. Recuperado el 18 de septiembre de 2010, de <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/fmi-mercado-cambiario-peruano-entre-los-mas-estables-de-america-latina>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2003). *Programa de Desarrollo de Políticas de Comercio Exterior: informe de proyecto*. Recuperado el 23 de Octubre de 2018, de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Bid/informe.htm

- Banco Mundial. (17 de septiembre de 2018). *Perú Panorama general*. Recuperado el 4 de noviembre de 2018, de <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Burgos, D., Maldonado, F., & Chavez, S. (03 de 2017). Ecuador Produce. *Revista EKOS*, 56-57.
- Calderón, R., Sumarán, R., Chumpitaz, J., & Campos, J. (octubre de 2011). *Educación Ambiental. Aplicando el enfoque ambiental hacia una educación para el desarrollo sostenible*. Recuperado el 14 de octubre de 2018, de Universidad Señor de Sipán: http://www.uss.edu.pe/uss/descargas/1006/radar/Libro_Educ_Amb_Peru.pdf
- Cárdenas, A. (8 de julio de 2017). *El Universo*. Recuperado el 28 de mayo de 2018, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/08/nota/6268285/embutidos-consumo-crece-14-motiva-alertas-salud>
- Centro de Desarrollo Industrial CDI. (6 de julio de 2016). *Informe Global de Tecnología de la Información 2016. Perú se encuentra en la misma posición y se encuentra rezagado entre los países de la región*. Recuperado el 13 de agosto de 2018, de <http://www.cdi.org.pe/InformeGlobaldeInformacion/GITR2016.html>
- Chonate, C. (30 de julio de 2014). *Despacho anticipado de importacion para consumo*. Recuperado el 8 de octubre de 2018, de LinkedIn: <https://es.slideshare.net/pedroespinovargas/despacho-anticipado-de-importacion-para-consumo>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (julio de 2016). *Programas Nacionales Transversales de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica 2016-2021*. Recuperado el 11 de agosto de 2018, de CONCYTEC: https://portal.concytec.gob.pe/images/programas_cti/final_programas.pdf
- Constitución Política del Perú. (1993). *Gobierno Peruano*. Recuperado el 8 de octubre de 2018, de http://www.peru.gob.pe/directorio/pep_directorio_gobierno.asp
- Departamento de Importaciones Embuandes Cía. Ltda. (12 de agosto de 2018). Gastos Locales de exportación. (P. Flores, Entrevistador)
- Diario Oficial El Peruano. (25 de 03 de 2016). *Perú es el país que más redujo la pobreza en América Latina*. Recuperado el 3 de Octubre de 2018, de <http://www.elperuano.com.pe/noticia-peru-es-pais-mas-redujo-pobreza-america-latina-39425.aspx>
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2015). *Guía Logística Internacional 2015*. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de <https://es.calameo.com/read/0027627232451cb3e90ef>
- Domínguez, S. (26 de 05 de 2016). *Perú entre los 10 más grandes exportadores de alimentos*. Recuperado el 24 de enero de 2018, de Diario El Peruano: <https://elperuano.pe/noticia-peru-entre-los-10-mas-grandes-exportadores-alimentos-41305.aspx>
- Dominguez, S., & Ninahuanca, C. (16 de 10 de 2018). *Diario Oficial El Peruano*. Recuperado el 2018, de Gobierno logrará reducir la pobreza este año y revertir resultado del 2017: <https://elperuano.pe/noticia-gobierno-lograra-reducir-pobreza-este-ano-y-revertir-resultado-del-2017-72001.aspx>

- Eguren, F. (junio de 2016). *Seguridad Alimentaria. Compendio de artículos publicados en La Revista Agraria*. Recuperado el 11 de agosto de 2018, de Observatorio de Seguridad Alimentaria: http://www.observatorioseguridadalimentaria.org/sites/default/files/final-libro_compilacion_lra_seguridad_alimentaria_final_2016.pdf
- El Comercio. (09 de Febrero de 2016). *Factores que ayudaron a crecer a esta industria*. Recuperado el 23 de Octubre de 2018, de <https://elcomercio.pe/suplementos/comercial/fiambres/conoce-factores-que-ayudo-esta-industria-crecer-1001825>
- El Universo. (08 de 07 de 2017). Recuperado el 2018, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/08/nota/6268285/embutidos-consumo-crece-14-motiva-alertas-salud>
- Embuandes. (2014). *Somos una empresa nueva, creada el 18 de septiembre del 2005*. Recuperado el 22 de Octubre de 2018, de Embuandes: <http://www.embuandes.com/la-empresa/>
- Escobar, E. (28 de Diciembre de 2014). *Análisis de los Regímenes de Importación*. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/an-lisis-de-los-reg-men-es-de-importaci-n>
- Flores, C. (11 de mayo de 2017). *Cajamarca y Huancavelica fueron las regiones mas pobres del país en el 2016*. Recuperado el 12 de octubre de 2018, de Diario Correo Perú: <https://diariocorreo.pe/economia/cajamarca-y-huancavelica-fueron-las-regiones-mas-pobres-del-pais-en-el-2016-748953/>
- Galindo, H. (s.f.). *Guía para exportar a Perú*. Recuperado el 15 de abril de 2011, de <http://www.proexport.gov.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo3981DocumentNo5535.PDF>
- García Lomas, O. (2015). *Negociación Internacional*. Recuperado el 2018, de <http://www.aglutinaeditores.com/media/resources/public/6f/6fb4/6fb463e1747841c390d3bd97a628be3c.pdf>
- García, O. (2015). *Negociación Internacional*. Recuperado el 12 de agosto de 2018, de Global Marketing: <http://www.aglutinaeditores.com/media/resources/public/6f/6fb4/6fb463e1747841c390d3bd97a628be3c.pdf>
- Gobierno de la Republica del Perú. (2017). *Decreto Supremo que aprueba El Reglamento De la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable, Ley N° 30021*. Recuperado el 12 de agosto de 2018, de Congreso de la República de Perú: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/5289E04A2A160ABD052581A10070E6CE/\\$FILE/2_decreto_supre_017_de_alimentacion.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/5289E04A2A160ABD052581A10070E6CE/$FILE/2_decreto_supre_017_de_alimentacion.pdf)
- Gomez, J. (29 de 11 de 2016). *¿Cuánto deberías invertir en Marketing en 2017?* Recuperado el 12 de noviembre de 2018, de Marketing Online: <https://blog.g4marketingonline.com/cu%C3%A1nto-deber%C3%ADas-invertir-en-marketing-en-2017>
- Hanco, N. (04 de 05 de 2015). *Más colombianos llegan para quedarse en Arequipa*. Recuperado el 12 de agosto de 2018, de Diario Correo:

- <https://diariocorreio.pe/edicion/arequipa/mas-colombianos-llegan-para-quedarse-en-arequipa-584759/>
- Hidalgo, L. (23 de 01 de 2017). *FMI elevó proyección de crecimiento de economía peruana de 4.1% a 4.3% el 2017*. Recuperado el 4 de octubre de 2018, de Diario Gestión: <https://gestion.pe/economia/fmi-elevo-proyeccion-crecimiento-economia-peruana-4-1-4-3-2017-127130>
- Instituto de Estudios Económicos y Sociales. (2017). *Sociedad Nacional de Industrias SNI*. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-inversionista-2/#1518024901431-20654a25-9820>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2017). *Guía Logística Internacional*. Recuperado el 12 de octubre de 2018, de Ministerio de Comercio Exterior: https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/PROEC_GL_2017.pdf
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2018). *¿Cuáles son las formas de pago que se pueden negociar con el comprador extranjero o importador?* Recuperado el 12 de octubre de 2018, de Ministerio de Comercio Exterior: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-inversionista-2/#1518024901431-20654a25-9820>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones-PRO ECUADOR. (2018). *Guía del Exportador*. Recuperado el 12 de agosto de 2018, de PRO ECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (04 de 08 de 2015). *El 33% del gasto en alimentos de los peruanos son realizados fuera del hogar*. Recuperado el septiembre de 2018, de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-33-del-gasto-en-alimentos-de-los-peruanos-son-realizados-fuera-del-hogar-8539/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Ministerio de Agricultura. (7 de marzo de 2013). *Establecen categorías de riesgo en donde estaran agrupadas las mercancías pecuarias en función a la capacidad de vehiculizar agentes patógenos de enfermedades que presentan riesgos para la salud pública y sanidad animal a su nivel de procesamiento*. Recuperado el 02 de Noviembre de 2018, de Diario El Peruano: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/establecen-cinco-5-categorias-de-riesgo-que-agruparan-las-resolucion-directoral-no-0003-2016-minagri-senasa-dsa-1338842-1/>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (3 de enero de 2018). *Sector Agricultura se consolidó el 2017 como el segundo generador de mayores divisas para el Perú*. Recuperado el 1 de octubre de 2018, de MINAGRI: <http://www.minagri.gob.pe/portal/publicaciones-y-prensa/noticias-2018/20660-sector-agricultura-se-consolido-el-2017-como-el-segundo-generador-de-mayores-divisas-para-el-peru-2>
- Ministerio de Agricultura, G. A. (2017). *Situación Actual de la Cadena Porcina*.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ecuador. (2013). *Estudio de carnes pecuarias de Ecuador*. Recuperado el 11 de agosto de 2018, de

https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/bovinos/informacion_interes/informes_historicos/_archivos//000002=Estudio%20del%20mercado%20c%C3%A1rnico%20de%20Ecuador/000008-Estudio%20del%20mercado%20c%C3%A1rnico%20de%20Ecuador.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). *Análisis de los Costos Marítimos y Portuarios*. Recuperado el 2018, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Costos_Portuarios_Maritimos_Peru.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). *Estos son los billetes y las monedas del Perú*. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de <https://peru.info/es-lat/turismo/noticias/3/18/estos-son-los-billetes-y-las-monedas-del-peru>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Acuerdos Comerciales del Perú*. Recuperado el 2018, de <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Perú. (2015). *Análisis de los Costos Marítimos y Portuarios*. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Costos_Portuarios_Maritimos_Peru.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas de Perú. (2017). *Programas Presupuestales con Articulación Territorial. Guía Informativa para el Proceso Presupuestario 2017*. Recuperado el 12 de noviembre de 2018, de Ministerio de Economía y Finanzas-MEF: https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/ppr/prog_presupuestal/guia_ppa_rticulado2017.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. (s.f.). Recuperado el 2018, de <https://www.mef.gob.pe/es/portal-de-transparencia-economica/297-preguntas-frecuentes/2167-garantias-para-la-inversion>

Ministerio de Educación de Perú. (s.f.). *Educación Ambiental*. Recuperado el 2018, de <http://www.minedu.gob.pe/educacion-ambiental/ambiental.php>

Ministerio de Educación Perú. (Octubre de 2013). *Documento Nacional de Lenguas Originarias del Perú*. Recuperado el 12 de octubre de 2018, de <http://www2.minedu.gob.pe/filesogecop/DNL-version%20final%20WEB.pdf>

Ministerio de Energía y Minas Perú. (2018). *Perú: País Minero*. Recuperado el 12 de Agosto de 2018, de Ministerio de Energía y Minas MINEM: http://www.minem.gob.pe/_detalle.php?idSector=1&idTitular=159&idMenu=su_b149

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (mayo de 2018). *Informe Nacional sobre el Avance en la Implementación del Consenso de Montevideo sobre Población y Desarrollo*. Recuperado el 14 de octubre de 2018, de https://peru.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Informe_Nacional_Consenso_de_Montevideo_Publicaci%C3%B3n.pdf

Ministerio de la Producción. (30 de 08 de 2018). *Ministro Pérez-Reyes: PRODUCE ajusta al alza crecimiento de la manufactura para el 2018 por significativo aumento de la pesca industrial*. Recuperado el 2018, de <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/18440-ministro-perez-reyes->

produce-ajusta-al-alza-crecimiento-de-la-manufactura-para-el-2018-por-significativo-aumento-de-la-pesca-industrial

- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (jueves de 19 de 2011). *Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión*. Recuperado el 23 de octubre de 2018, de <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- Ministerio de Salud Pública del Perú. (2017). *Manual de Advertencia Publicitarias del Reglamento No. 30021, Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para niños, niñas y adolescentes*. Recuperado el 12 de octubre de 2018, de Ministerio de Salud Pública del Perú: http://www.puntofocal.gov.ar/notific_otros_miembros/per97_t.pdf
- Ministerio del Ambiente. (26 de 12 de 2016). *Ministerio del Ambiente y Agrobanco suman esfuerzos para fortalecer compromiso climático del Perú*. Recuperado el 2018, de <http://www.minam.gob.pe/notas-de-prensa/ministerio-del-ambiente-y-agrobanco-suman-esfuerzos-para-fortalecer-compromiso-climatico-del-peru/>
- Ministerio del Ambiente del Perú. (2015). *COP21 y el Acuerdo de París: El largo proceso hacia el éxito, el rol, los retos y las oportunidades para el Perú*. Recuperado el 12 de agosto de 2018, de <http://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2015/12/Acuerdo-de-Par%C3%ADs-MPV-Paris.pdf>
- Ministerio del Ambiente Perú. (s.f.). *Programas Presupuestales*. Recuperado el 2018, de <http://www.minam.gob.pe/presupuestales/>
- Moreno, N. (2015). *Los embutidos en el mercado peruano*. Recuperado el 01 de Noviembre de 2018, de IALIMENTOS : <https://revistaialimentos.com/ediciones/edicion-29/los-embutidos-en-el-mercado-peruano/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2010). *Departamento de Pesca y Acuicultura*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2018, de Perfiles sobre la pesca y la acuicultura por países: <http://www.fao.org/fishery/facp/PER/es>
- Paira, M. (9 de febrero de 2009). *Crecimiento económico del Perú*. Recuperado el 26 de abril de 2011, de <http://www.zonaeconomica.com/significa-peru-continuo-crecimiento-economico>
- Palazuelos Cortés, J., & Blázquez, Ó. (07 de 2013). *El mercado de embutidos y jamón en Perú*. Recuperado el 2018, de Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima: http://www.ivace.es/Internacional_Informes-Publicaciones/Pa%C3%ADses/Per%C3%BA/Peruembutidos2013.icex.pdf
- Portal del Estado Peruano. (s.f.). *Organismos Autónomos*. Recuperado el 2018, de http://www.peru.gob.pe/directorio/pep_directorio_poderes.asp?cod_poder=4
- Portal del Estado Peruano. (s.f.). *Organización del Estado*. Recuperado el 2018, de http://www.peru.gob.pe/directorio/pep_directorio_gobierno.asp
- Porter, M. (Enero de 2008). *Harvard Business Review*. Recuperado el 12 de enero- de 2018, de https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-michael_porter-libre.pdf

- PRO ECUADOR. (2017). Recuperado el 2018
- PRO ECUADOR. (2017). *Guía Logística Internacional 2017*. Recuperado el 2018, de https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/PROEC_GL_2017.pdf
- PROECUADOR. (2018). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- PROECUADOR, I. D. (s.f.). *SERVICIO DE ASESORÍA AL EXPORTADOR (SAE)*. Recuperado el 2017, de PROECUADOR: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2012/06/X-1206-PULPA_DE_FRUTAS-PER%C3%9A-R00333A.pdf
- PROEXPORT. (septiembre de 2005). *Datos estadísticos del Perú*. Recuperado el 3 de julio de 2011, de <http://cendoc.esan.edu.pe/paginas/infoalerta/Agroexportacion/textocompleto/peru.pdf>
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD. (2018). *Medio ambiente y energía. Una Amazonía resilientes*. Recuperado el 12 de agosto de 2018, de http://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/operations/projects/environment_and_energy.html
- Recines, J., Piñas, L., Huacachi, A., & Morales, E. (2013). *Gastronomía peruana - UNE*. Recuperado el 13 de agosto de 2018, de Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle: <http://www.une.edu.pe/revalora/modulos/gastronomia.pdf>
- Saavedra, M. (26 de octubre de 2015). *Industria de embutidos local no teme impacto de estudio de OMS*. Recuperado el 2 de agosto de 2018, de El Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/peru/industria-embutidos-local-teme-impacto-estudio-oms-201990>
- SENAE. (2017). *Para Exportar*. Recuperado el 17 de Octubre de 2018, de Aduana del Ecuador : <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador . (29 de Abril de 2015). *Regímenes Aduaneros*. Recuperado el 23 de Octubre de 2018, de <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador . (2017). *Para Exportar*. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de Aduana del Ecuador SENAE: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú COMEXPERU. (22 de junio de 2018). *Cómo vamos en materia de exportación*. Recuperado el 12 de agosto de 2018, de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/como-vamos-en-materia-de-investigacion-y-desarrollo>
- Sociedad Nacional de Industrias. (julio de 2012). *116 años al servicio nacional y de la industria*. Recuperado el 13 de octubre de 2018, de http://www2.sni.org.pe/servicios/publicaciones/download/Industria_Peruana_869.pdf
- Sociedad Nacional de Industrias. (3 de Abril de 2017). *Elaboración de embutidos y fiambres*. Recuperado el 11 de octubre de 2018, de

http://www.sni.org.pe/?s=elaboraci%C3%B3n+de+embutidos+y+fiambres&post_type=product

Soto Rodríguez, M. (26 de 10 de 2015). *Estos son los países de América Latina líderes en consumo de carnes procesadas* . Recuperado el 12 de agosto de 2018, de Publimetro [En línea]: <https://www.publimetro.cl/cl/mundo/2015/10/26/estos-son-paises-america-latina-lideres-consumo-carnes-procesadas.html>

Sulluchuco, A. (29 de 07 de 2015). *CarneTec*. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de <http://www.carnetec.com/Industry/TechnicalArticles/Details/59659?loginSuccess?loginSuccess>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). (s.f.). Recuperado el 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/operatividadaduanera/>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) . (s.f.). Recuperado el 2018, de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-importar>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). (s.f.). *Orientación Aduanera Importación*. Recuperado el 2018, de http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/consideraciones_generales.html

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT. (2018). *Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional*. Recuperado el 23 de agosto de 2018, de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

Vela, J. (2017). *Valoración del Patrimonio Cultural de la Nación en la educación escolar*. Recuperado el 23 de octubre de 2018, de Universidad Nacional Mayor de San Marcos: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/7293/Vela_dj.pdf?sequence=1

Zubieta, R. (24 de 03 de 2018). *Vizcarra y las 5 claves de su primer mensaje presidencial*. Recuperado el 12 de mayo de 2018, de El comercio: <https://elcomercio.pe/politica/martin-vizcarra-5-claves-primer-mensaje-presidencial-noticia-506842>

ANEXOS

Anexo 1. Situación actual de la cadena de valor porcina



SITUACIÓN ACTUAL DE LA CADENA PORCINA

Subsecretaría de Comercialización

AGOSTO 2017

- La Constitución, en el Cap. 3- Soberanía Alimentaria Art. 281, establece en el Literal 2 “Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de las importaciones de alimentos.
- El Comité de Comercio Exterior (COMEX), mediante Resolución N° 102, del 1 de marzo de 2013 ,aprueba el Informe Técnico remitido por el MAGAP para la aplicación de licencias no automáticas de importación para un grupo de productos alimenticios dentro de los cuales se encuentran 14 subpartidas arancelarias referentes a cortes de carne de cerdo.
- Según Resolución 316 del 20/11/2015, se establece el Reglamento para la obtención de Licencias no automáticas de importación de alimentos conforme a la Resolución 102 del Comex.

- Según el Art. 3 la Subsecretaría de Comercialización realizará anualmente un análisis técnico para establecer los volúmenes de los diferentes productos detallados en la Resolución, en base a las perspectivas de producción nacional, crecimiento de la demanda y consumo interno, los objetivos nacionales de seguridad alimentaria, el registro histórico de importaciones de los 2 últimos años y las compras de producción nacional, entre otros.
- Según el Art. 4 Con el análisis técnico, la Subsecretaría de Comercialización otorgará anualmente a los importadores registrados , los volúmenes que podrán ser importados, que está principalmente relacionado con el registro histórico de las compras de productos nacionales registrados en la URTF (Unidad de Registro , transacciones y facturación).
- Art- 5.- Los importadores podrán de manera formal a consideración de la Subsecretaría de comercialización, sus requerimientos de importación desde el 1 al 15 de diciembre de cada año.
- Según el Art. 7 los resultados del informe serán puestos a consideración del Subconsejo consultivo de la cadena porcina. Art. 9 se establece un seguimiento de las importaciones



Estimaciones producción 2017

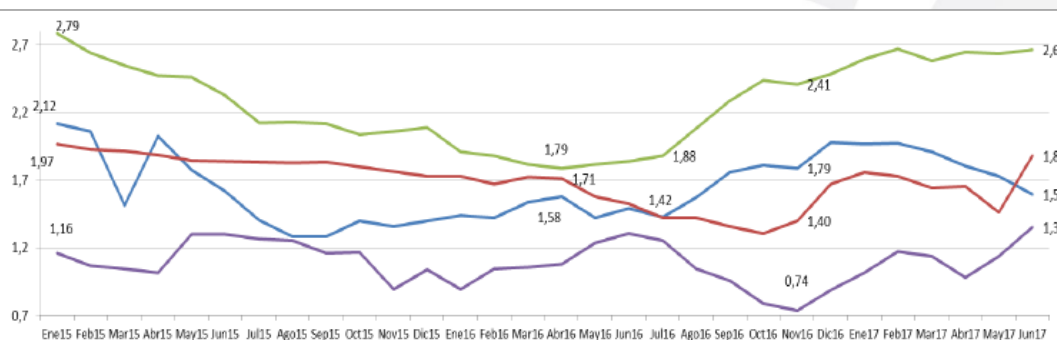
	Traspatio	Familiar	Granjas comerciales	Granjas industriales	TOTAL
	Menos 10 porcinos	De 11 a 30 porcinos	De 31 a 300 porcinos	Más de 300 porcinos	
N° madres	33.483	5.468	3.978	44.539	87.468
N° lechones/año	16	16	24	24	
Total lechones	535.726	87.490	95.462	1.068.936	1.787.614
Peso animal vivo (kilos)	90	90	110	115	
Producción en pie (TM)	48.215	7.874	10.501	122.928	171.143
Rendimiento a la canal	70%	70%	77%	77%	
TOTAL TM	33.751	5.512	8.086	94.654	142.003
% Participación	24%	4%	6%	67%	100%

Fuente: Vacunación AGROCALIDAD, Fichas oferta y entrevista a comercializadores genética

*Estimado al 100%



Precios nacionales e internacionales



Incremento de los precios a nivel local e internacional

Colombia: 17%

Perú: 10%

Ecuador: 31%

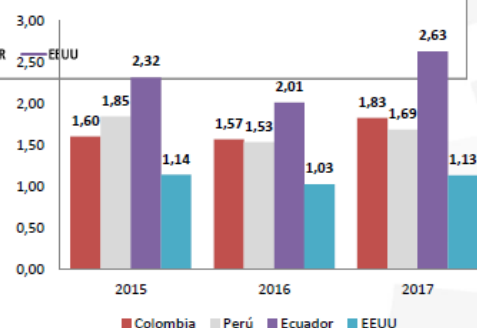
EEUU: 11%

Fuente: PIC (PORKCOLOMBIA, ATAHUAMPA PIC, USDA), SINAGAP.

*2017 Promedio de enero a junio

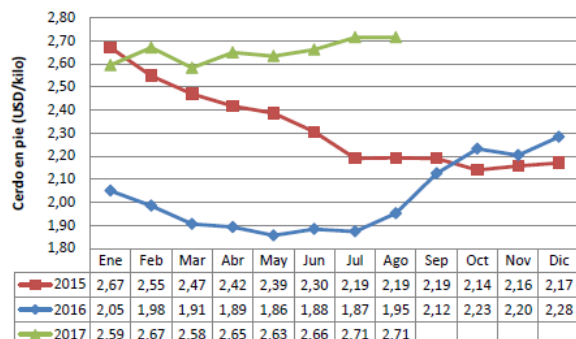
Elaboración: MAG/SC/DETC

<http://www.piciatam.com/news/info.php?tabla=contenido&referencia=30925&idioma=es>

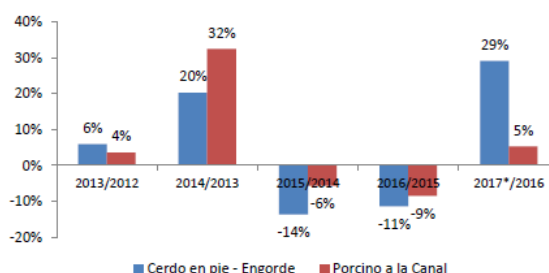
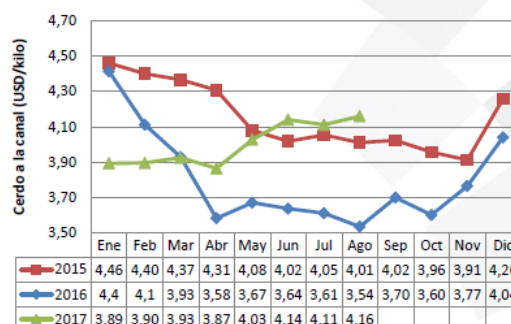


Precios nacionales

Precios de carne de cerdo en pie

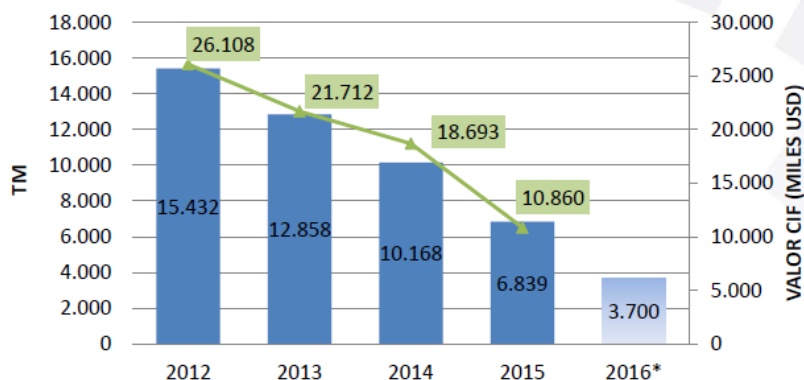


Precios de carne de cerdo a la canal



Fuente: SINAGAP

IMPORTACIONES DE CARNE DE CERDO



Reducción de las importaciones. De 15,4 mil TM en el 2012 a 3,7 mil TM en el 2016 (Estimado al cerrar el año).

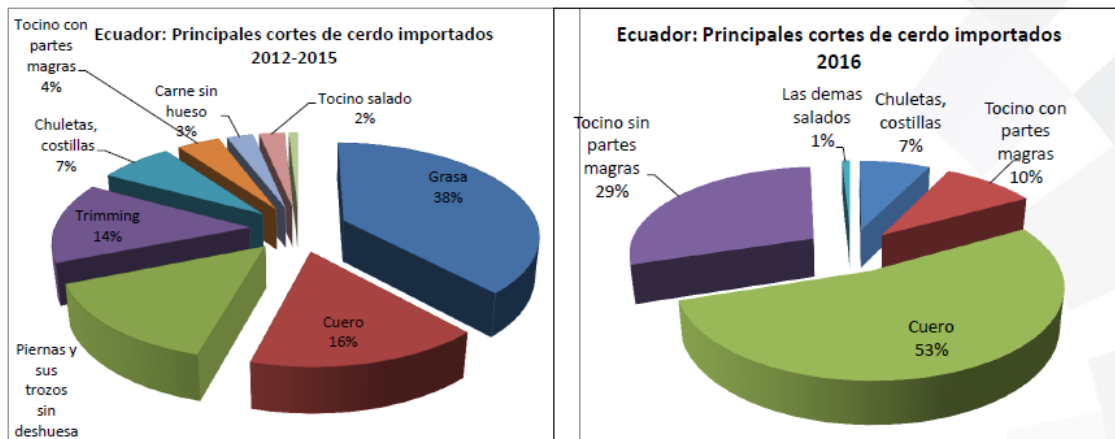
76% de disminución del 2012.

Caída promedio anual del 29% en promedio de los últimos 5 años.

2017: A junio
1728 TM por 2,4
millones

Fuente: BCE/ *Estimado

PRINCIPALES CORTES IMPORTADOS



Fuente: BCE



BALANCE ALIMENTARIO

Oferta – Demanda 2017



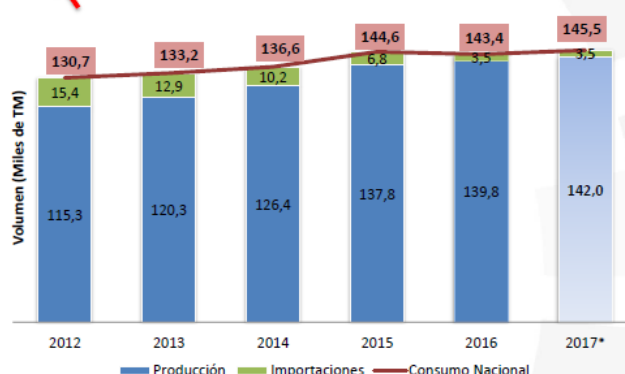
BALANCE ALIMENTARIO- NECESIDADES IMPORTACIÓN 2017

AÑO	Producción (MILES DE TM)	Δ Producción Nacional	Importaciones (TM)	Δ Imp TM	Consumo Nacional (TM)	Δ Consumo	Consumo per cápita (kg/año)	Participación producción/ Consumo
2012	115		15.432	0%	130.732		8,4	88%
2013	120	4,4%	12.858	-17%	133.197	2%	8,5	90%
2014	126	5,1%	10.168	-21%	136.598	3%	8,6	93%
2015	138	9,0%	6.839	-33%	144.621	6%	9,0	95%
2016	140	1,5%	3.511	-49%	143.359	-0,87%	8,7	98%
2017**	142	1,5%	3.508	0%	145.510	1,50%	8,7	98%

Ajuste 2017:

- 1.- Crecimiento 1,5% de la Producción nacional.
- 2.- Incremento de consumo al ritmo crecimiento poblacional

**Consumo Nacional – Producción Nacional
= NECESIDADES DE IMPORTACIÓN
(3508 TM)**



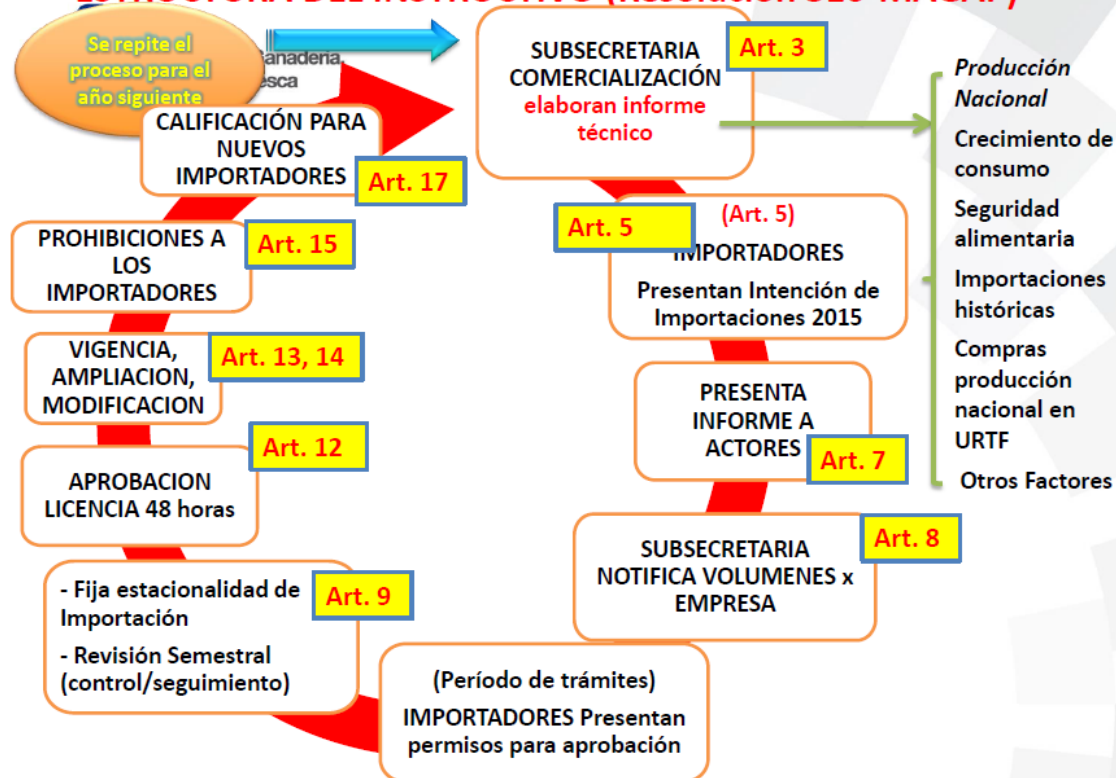
Ministerio
de Agricultura, Ganadería,
Acuicultura y Pesca

CRITERIOS PARA OTORGAMIENTO DE LICENCIAS

2017



ESTRUCTURA DEL INSTRUCTIVO (Resolución 316-MAGAP)



- Análisis de las perspectivas de Producción Nacional 2017
- Crecimiento de la demanda y el consumo interno de los productos porcícolas
- Análisis del Balance Alimentario para determinar el déficit de producción proyectado para 2017 por cubrir con las Importaciones.
- Análisis de las compras nacionales realizadas durante el ultimo año calendario de cada solicitante (octubre 2015-noviembre2016), las cuales están registradas en la URTF
- Análisis del registro histórico de las importaciones efectivizadas de los 2 últimos años de cada importador. Si no hay importaciones durante el último año se considera nuevo importador.
- Los nuevos importadores deben aplicar el art. 17 de la Resolución 316 - MAGAP para calificarse como NUEVOS IMPORTADORES. A los nuevos importadores el volumen asignado será otorgado una vez demuestren compras nacionales por el mismo valor de asignación.
- En base al participación ponderada de cada embutidor/comerciante sobre las compras nacionales del año 2016 se asignan los volúmenes de importación

• OTROS CRITERIOS QUE SE GENERARON DE LA REUNIÓN DEL SUBCONSEJO CONSULTIVO DE LA CADENA PORCINA

La industria embutidora no tendrá asignación de volúmenes de importación, sin embargo deben enviar los requerimientos de importación según artículo 5 de la Resolución 316.

Se realizará un control ex post para realizar un seguimiento de los volúmenes otorgados

Se asignará el volumen total 2017, en base a las importaciones ajustadas al cierre del año 2016.

La asignación se realizará sobre grasa y cuero y solo para las empresas embutidoras y comerciantes y para aquellos que llegan directamente al consumidor final, tipo supermercados, se realizará la asignación de cortes de carne de cerdo (chuletas, costillas) por un % no mayor al 10% del volumen total asignado.

Primero se realizará el otorgamiento de licencias para grasa y cuero para la industria y posterior para los comerciantes (volúmenes restantes)



COMPRAS NACIONALES

2017

INDUSTRIA	CANTIDAD TM REGISTRADA	MES TOPE DE REGISTRO	% Participación
CORPORACION FAVORITA C.A.	1935	MAYO	29%
DISTRIBUIDORA DE CARNES Y ALIMENTOS DIGECA S.A	1737	JULIO	26%
Embuandes Cia Ltda	868	JUNIO	13%
Piggis Embutidos Pigem Cia. Ltda.	418	JUNIO	6%
ECUARIDER S.A.	284	JUNIO	4%
FABRICA JURIS CIA.LTDA.	241	FEBRERO	4%
ELABORADOS CARNICOS S.A	232	ABRIL	3%
FRUTERA DEL LITORAL CIA. LTDA.	220	ABRIL	3%
GRUVALCORP S.A.	219	MAYO	3%
IMPORT. EXPORT, PROALIMEC CIA LTDA.	187	JUNIO	3%
SALIUPER S.A.	94	JUNIO	1%
INT FOOD SERVICES CORP	74	NOVIEMBRE	1%
MEGACARNICOS S.A.	41	MAYO	1%
MEATPRO	34	NOVIEMBRE	1%
PRODUCTOS CARNICOS MARIBO	31	JUNIO	0%
INDUSTRIA DE ALIMENTOS LA EUROPEA	27	NOVIEMBRE	0%
CARMAXCORP S.A.	10	JUNIO	0%
EL SANDUCHONCORP S.A	9	FEBRERO	0%
Johny David Pacheco Pacheco	8	ENERO	0%
EQUACORPSA S.A.	1	MARZO	0%
TOTAL	6669		100%



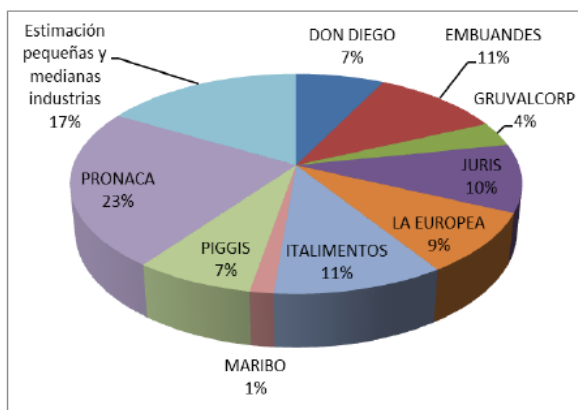
INFORMACIÓN EMBUTIDORES

Gráfico 8: Producción nacional de embutidos – año 2017 (TM)

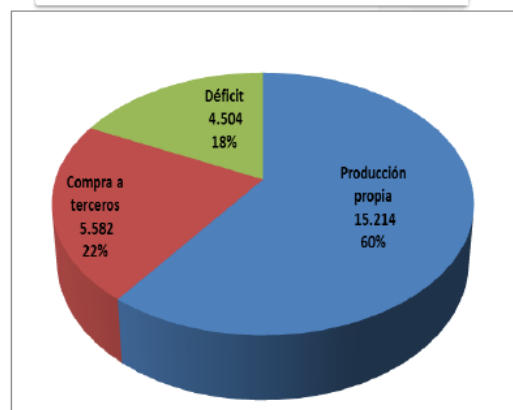


Ministerio
de Agricultura, Ganadería,
Acuicultura y Pesca

Producción:
66 MIL TM



Formas de abastecimiento MP

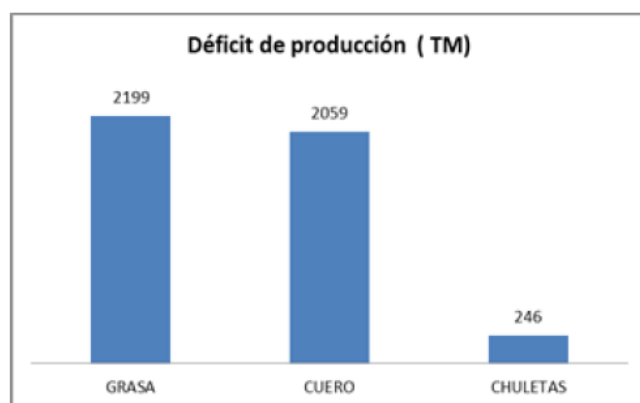


Fuente: Fichas Demanda levantadas a las industrias



Ministerio
de Agricultura, Ganadería,
Acuicultura y Pesca

DEFICIT MATERIA PRIMA



Otorgado inicios 2017 a:
Embutidores: 2901 TM
Comerciantes: 471 TM
Nuevos: 60
TOTAL: 3436 TM

Déficit Cuero y Grasa: 4258 TM

FALTANTE: 822 TM

INFORMACIÓN SOLICITADA A LAS INDUSTRIAS Y CALCULADA DE LA DIFERENCIA:
DEFICIT MATERIA PRIMA =

NECESIDADES DE MATERIA PRIMA - ABASTECIMIENTO PROPIO + COMPRA A TERCEROS

Anexo 2. Entrevista a personal administrativo y gerencia de Embuandes.

Entrevista realizada al Ing. Denis Tapia Ortiz (Gerente Administrativo) y al Dr. Oswaldo Mora (Gerente de Producción) de Embuandes

- **¿Cómo nace Embuandes Cia. Ltda. y en qué año?**

Inicialmente Embuandes se creó en el año 2007 con la finalidad de satisfacer y complementar con un delicatessen propio a los locales de "Coral Hipermercados", este canal nos ayudó mucho a dar a conocer nuestros productos y tuvimos muy buena acogida por lo que con la gerencia general decidimos comercializarlos a nivel nacional también.

- **¿Dónde se encuentran ubicados y cómo está compuesta su infraestructura?**

Estamos ubicados en la ciudad de Cuenca dentro de una extensión de 2.800 m² en la Autopista Sur y Av. Felipe II detrás del centro comercial Mall del Río. Contamos con una nave industrial adecuada para alimentos con maquinaria de última generación de origen alemán, zonas climatizadas de acuerdo a la necesidad, cámaras frigoríficas para materia prima importada y producto terminado, laboratorios de microbiológicos y bromatológicos para análisis y liberación de productos y una flota de transporte refrigerado para conservar la cadena de frío y garantizar la calidad del producto.

- **¿A qué ciudades del Ecuador llegan sus productos?**

Nuestros productos se comercializan a nivel nacional y tenemos distribución directa desde Guayaquil, Quito, Manta y Cuenca.

- **¿De dónde proviene el nombre de “Embuandes”?**

El nombre de la empresa surge debido a que en el Ecuador los embutidos producidos en la región Sierra son considerados de mejor calidad por su asepsia y sabor, es así que los directivos optaron por el nombre de “Embutidos de los Andes EMBUANDES”.

- **¿Qué marcas o líneas de productos oferta la empresa?**

Disponemos de dos marcas que son, “Embutidos Fraile”, una línea de alta calidad con productos premium, cuyo nombre surge debido a que se conoce que en la antigüedad los Sacerdotes o Frailes hacían productos de muy buena calidad entre estos los embutidos.

Por otro lado está la marca “Embutidos de la Sierra”, que es una línea económica con altos estándares de calidad y precios al alcance de todos.

- **¿Cuántos empleados tiene la empresa?**

Actualmente contamos con un total de 150 empleados entre obreros, choferes, parte administrativa, etc. De igual manera con el objetivo de no encarecer costos y evitar tener empleados en exceso, la empresa comparte varios departamentos como: marketing, importaciones, compras, recursos humanos, etc. con las demás empresas del grupo Gerardo Ortiz.

- **En cuanto a la oferta de Embuandes ¿qué la hace diferente de la competencia?**

Contamos con un portafolio variado de 300 productos dividido en cinco líneas: salchichas, mortadelas, chorizos, jamones y productos ahumados. La empresa busca estar siempre en constante innovación y ofrecer un portafolio atractivo que vaya acorde a la demanda del mercado, como es el caso de la línea Gourmet que incluye productos más nutritivos y saludables.

De igual manera Embuandes fabrica productos especiales que la competencia no, como por ejemplo: salchicha schublig, enrollado de pollo, pastel de carne, tocino relleno, pollo relleno, jamón relleno, etc., estos productos han sido desarrollados por técnicos alemanes por lo que son muy exclusivos y apetecidos por varios clientes.

- **¿Cuáles son las características principales de la línea Gourmet y cual línea de productos se consideraría apta para la exportación?**

Se consideraría sin duda la línea Gourmet para exportación ya que dentro del proceso de producción de estos productos se incluye una selección especial de materia prima lo que garantiza que los productos cuenten con características como: anti alérgenos, libre de gluten y/o soya, sin transgénicos, etc.

Anexo 3. Reporte sectorial del Mercado de Embutidos en Perú

Elaboración de Embutidos y Fiambres

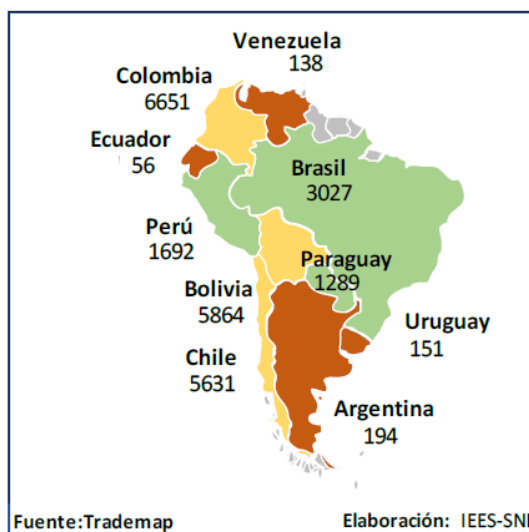
INTRODUCCIÓN

El mercado de embutidos y fiambres en el Perú tiene oportunidades de crecimiento, ya que el consumo por habitante de dichos productos es uno de los más bajos de la región. Según empresas dedicadas al estudio de mercado, el consumo de embutidos en el 2015 era aproximadamente dos kilos y medio per cápita al año, muy lejos de lo que se consume en Alemania (35 kilos al año), Argentina y Chile y Uruguay, lugares donde el consumo anual por persona duplica el peruano.

Se estima que el mercado nacional de embutidos movía alrededor de 170 millones de dólares, esta cifra es pequeña si lo comparamos con otro país, como Estados Unidos, que en el 2016 habría movido \$ 2,4 mil millones, sólo en la venta de hot dog.

Respecto a las importaciones de embutidos, cabe indicar que el Perú es el quinto país en Sudamérica que más embutidos importa (partida arancelaria 16010000) al cierre del 2016. Sin embargo, si se incorpora a los países del Centro América, las importaciones peruanas se ubicarían en el puesto 24.

Gráfico N°1: Principales países que importan embutidos, 2016
(Miles de Dólares)



PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

Se entiende por embutidos a aquellos derivados cárnicos elaborados de distintas partes de ganado y ave, que son condimentados e introducidos en tripas (naturales o artificiales). Mientras que los fiambres también se preparan con diferentes partes de ganado y ave y al que se le puede agregar féculas y sustancias.

De acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) revisión 4, la elaboración de embutidos y fiambres pertenece a la clase 1010 denominada elaboración y conservación de carne, la cual comprende la producción de carne fresca, refrigerada, congelada, seca, salada o ahumada.

En este informe, es importante señalar, que se considerará a embutidos y fiambres a los siguientes productos: hot dog, jamonada, jamón, chorizos, mortadela y paté.

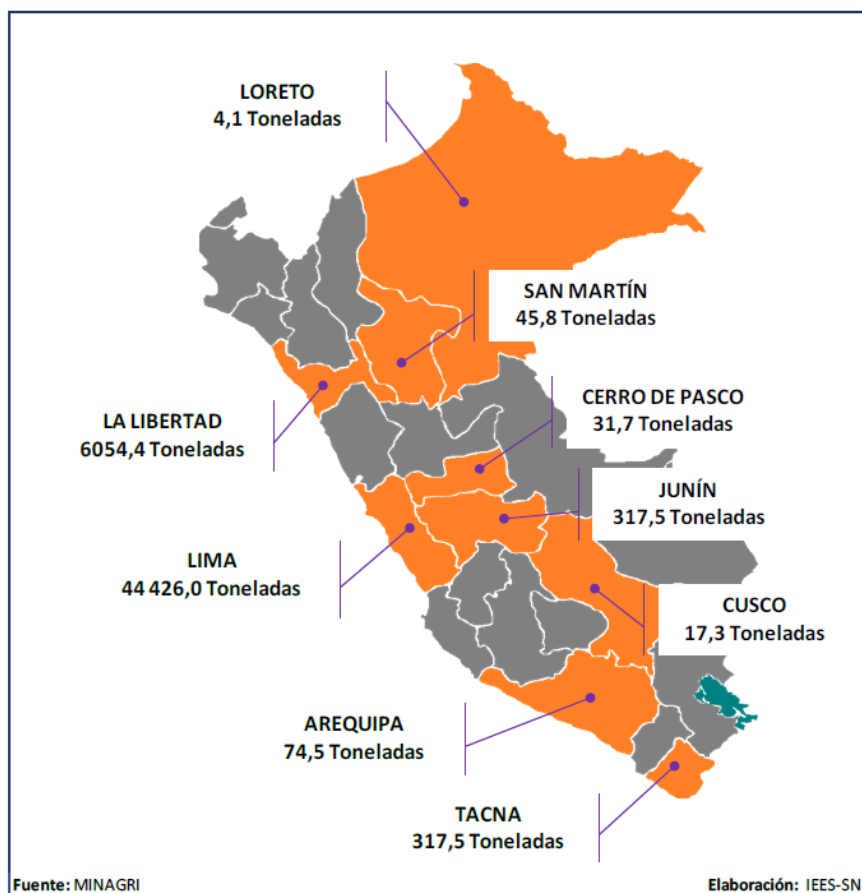
Cuadro N°1: Principales embutidos y fiambres producidos

Embutidos	Fiambres
chorizo	Jamón del País
vienesas	Salame
salchichón	Chopped
salchicha	Mortadela
butifarra	Bondiola
sobrasada	Yapa
morcillas	Panceta
longaniza	Tocino
Fuet	Jamonada

2

En el Perú, según la encuesta mensual a establecimientos agroindustriales 2015, realizada por el Minagri, la producción de embutidos y fiambres se concentró principalmente en dos localidades: (i) Lima Metropolitana, donde se produjeron 38 535 toneladas de hot dog, jamón, jamonada, paté, salame y chorizo; y en (ii) La Libertad, cuya producción ascendió a 6 054,4 toneladas, donde predominó la elaboración de hot dog (3 367 TM) y jamonada (1 349 TM), entre otros productos.

Gráfico N°2: Principales regiones que elaboran embutidos y fiambres, 2015
(Toneladas)

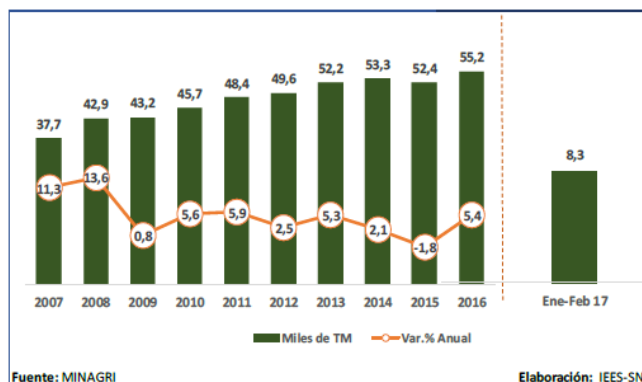


3

Entre los años 2007 y 2016, la industria nacional de embutidos y fiambres pasó de producir 37,7 mil a 55,2 mil toneladas, es decir, reportó una expansión de 47% en línea con el crecimiento del poder adquisitivo de las familias y la mayor expansión de supermercados, hipermercados y tiendas de conveniencia. Además, ha contribuido al crecimiento de este sector, la mejora de la imagen del

producto asociada a la formalización del sector, la ampliación de la capacidad instalada de las empresas y la mayor inversión.

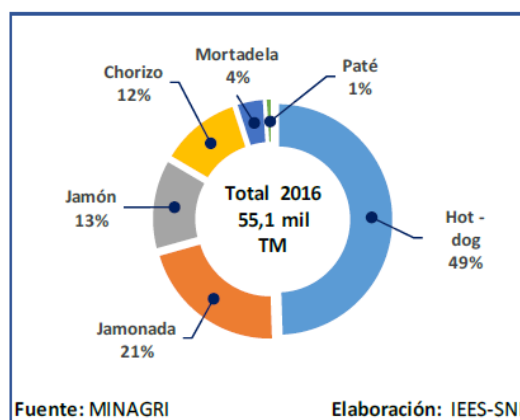
Gráfico N°3 Producción de embutidos y fiambres, 2007-2017
(Miles de toneladas)



Entre los principales embutidos y fiambres elaborados en el 2016, destacaron el hot dog con una participación de 49%, seguido por la producción de jamonada (21%), jamón (13%), chorizo (12%), mortadela (4%) y paté (1%), según estadísticas del Ministerio de Agricultura y Riego.

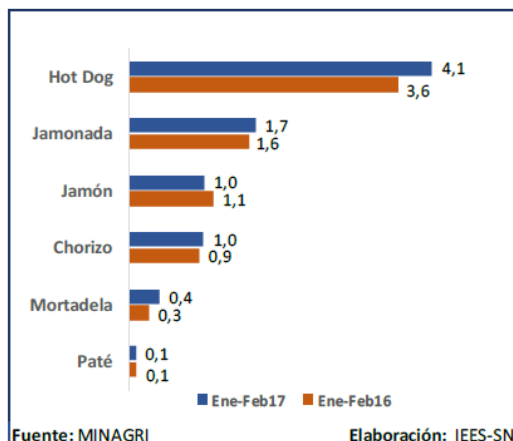
4

Gráfico N°4 Producción de los principales embutidos y fiambres, 2016
(Participación Porcentual)



En el primer bimestre del 2017, la producción de embutidos y fiambres alcanzó las 8,3 mil TM, es decir, 8,1% más de lo reportado en el mismo período del 2016 (7,6 mil TM). Este comportamiento positivo se debió a la mayor elaboración principalmente de hot dog (12,7% de crecimiento), jamonada (4,6%), chorizo (6,9%) y mortadela (59,2%) aunque atenuado por la caída en la producción de jamón y paté en 20,6% y 10,4%, respectivamente.

Gráfico N°5 Producción de embutidos y fiambres, Enero-Febrero 16/17
(Miles de toneladas)



Marcas Comercializadas

En el Perú, el mercado de embutidos está compuesto principalmente por seis empresas que representan más del 90% de la producción local, liderados por San Fernando, que al 2015 concentró el 42% de participación, según su memoria anual, le siguen Ti-Cay, Sociedad Suizo Peruana de Embutidos- SUPEMSA, Razzeto, Braedt y Laive. Cada empresa se dirige a segmentos de mercados distintos, con diferentes marcas, por ejemplo, SUPEMSA atiende al segmento medio alto con la marca Otto Kunz y al segmento medio-bajo con La Segoviana.

Cabe resaltar que el estudio denominado Marcas 2.0, elaborado en el 2016 por Arellano Marketing, arrojó que en la categoría embutidos, la marca que más recordaban los consumidores peruanos era San Fernando (28%), seguida por Otto Kunz (21%) y Braedt (16%).

Gráfico N°6 Principales marcas de embutidos locales en el mercado local

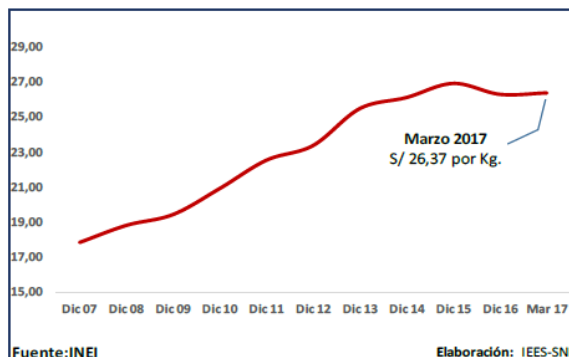


6

Precios

El precio promedio al consumidor de jamonada ha venido creciendo durante los años 2007 y 2016. Así, en diciembre del 2007, la jamonada le costaba al consumidor S/17,86 por kilo, mientras que en el mismo mes del 2016 su precio se elevó hasta alcanzar los S/ 26,29 por kilo, registrando un crecimiento promedio anual de 6,6%. Al mes de marzo del 2017, el precio promedio de jamonada se incrementó a S/ 26,37 por kilo.

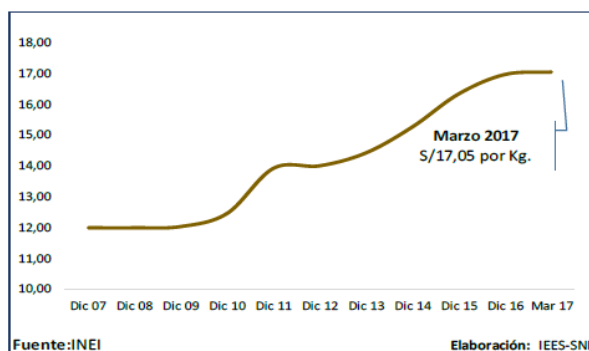
Gráfico N°7 Precio promedio al consumidor de Jamonada
(Soles por Kilogramo)



Por su parte, el precio promedio al consumidor de hot dog de ternera también ha experimentado un continuo crecimiento para el período 2007 y 2016, pues en diciembre del 2007 el precio promedio era S/12,0 por kilo, en tanto, en diciembre del 2016, el precio subió hasta cotizarse en S/ 16,97 por kilo, registrando un crecimiento promedio anual de 5,9%. A marzo del 2017, el precio promedio al consumidor se ubicó en S/17,05 por kilo.

7

Gráfico N°8 Precio promedio al consumidor de Hot Dog de Ternera
(Soles por Kilogramo)



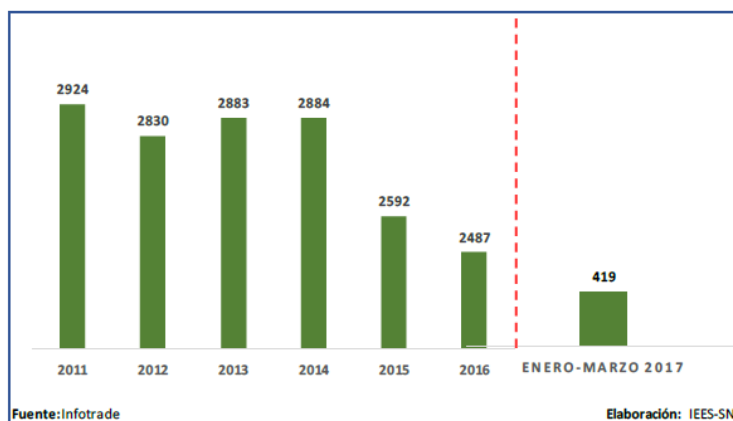
BALANZA COMERCIAL

Históricamente la balanza comercial de embutidos y fiambres ha sido deficitaria para Perú, explicado por el mayor dinamismo de las importaciones debido al desarrollo del sector hoteles, restaurantes y catering en el país, que importa primordialmente embutidos gourmet y premium, por otro lado, como consecuencia de restricciones sanitarias en otros países, las exportaciones se vieron frenadas y muy pocas empresas se dedicaron a atender al mercado exterior. Sin embargo, algunas empresas están evaluando la posibilidad de enviar sus productos al extranjero a países de la región, principalmente.

Importaciones

Las adquisiciones desde el exterior de embutidos y fiambres sumaron 2,5 millones de dólares en el 2016, reportando una caída de -4,1% respecto a lo registrado en el 2015, año en el cual, las importaciones también disminuyeron pero a una mayor tasa (-10,1%), pese al incremento en términos de volumen (5,2%).

Gráfico N°9 Importaciones de Embutidos y Fiambres, 2011-2017
(Miles US\$ CIF)



Entre los principales embutidos y fiambres que importa el Perú se encuentra el jamón, con una participación del 31,9% y cuyo valor en el 2016 alcanzó los 794 mil dólares, monto que significó una caída anual de 3,1%. Entre las más importantes variedades de jamón que adquiere el país se encuentran Jamón Ibérico, Jamón Serrano y Prosciutto.

El segundo producto más importado fue el pepperoni (embutido elaborado a partir de carnes curadas que se fermentan y se secan al aire libre) al concentrar el 20,1% del total importado equivalente a 500,6 mil dólares, cifra inferior en 13,1% respecto al registrado en el 2015. Mientras que en tercer y cuarto lugar se ubicaron las adquisiciones de tocino y salame, los cuales sumaron US\$ 364,1 mil y US\$ 348,2 mil, respectivamente.

Cuadro N°2: Importaciones de embutidos y fiambres por tipo de producto, 2014-2016
(Miles US\$ CIF)

Producto	Valor CIF (Miles US\$)			Var. % 16/15	Part. % 2016
	2014	2015	2016		
Jamón	1078,0	819,7	794,0	-3,1	31,9
Pepperoni	700,7	576,2	500,6	-13,1	20,1
Tocino	26,0	222,2	364,1	63,9	14,6
Salame	225,1	229,2	348,2	51,9	14,0
Salchicha	356,6	384,5	191,0	-50,3	7,7
Chorizo	166,4	118,8	110,2	-7,2	4,4
Salchichon	62,2	44,7	41,6	-7,1	1,7
Mortadela	8,9	19,7	38,7	97,0	1,6
Fuet	28,8	29,9	37,0	23,7	1,5
Otros	528,1	309,5	111,1	-64,1	4,5
Total	2884,4	2591,6	2486,6	-4,1	100,0

Fuente: Infotrade

Elaboración: IEES-SNI

En términos de volumen, el pepperoni fue el embutido con mayor demanda por los importadores en el 2016, al sumar 125,3 mil TM y concentrar el 31,2% del volumen total importado. Le siguió el salame, cuya cantidad adquirida fue 74,4 mil TM representando el 18,6% y desplazó al jamón (17,3% del total) como el segundo embutido con mayor volumen importado. Esta disminución en la cantidad importada de jamón obedeció a las menores compras de jamón serrano e ibérico cuyos volúmenes cayeron 47,5% y 19,3% respectivamente, sin embargo dicha caída fue atenuada por el incremento de las importaciones de jamón prosciutto en 150,8%.

Cuadro N°3: Importaciones de embutidos y fiambres por tipo de producto, 2014-2016
(Miles TM)

Producto	Volumen (Miles TM)			Var. %	
	2014	2015	2016	16/15	2016
Pepperoni	125,4	118,9	125,3	5,4	31,2
Salame	49,0	62,8	74,4	18,5	18,6
Jamón	78,6	75,0	69,3	-7,6	17,3
Salchicha	90,6	98,3	61,4	-37,6	15,3
Tocino	2,1	19,3	34,9	80,7	8,7
Chorizo	16,1	14,5	14,1	-3,0	3,5
Mortadela	1,5	3,3	7,6	129,7	1,9
Salchichón	5,1	4,3	4,1	-3,0	1,0
Fuet	2,1	2,7	3,8	40,4	1,0
Otros	22,1	13,8	6,2	-55,2	1,5
Total	392,5	413,1	401,1	-2,9	100,0

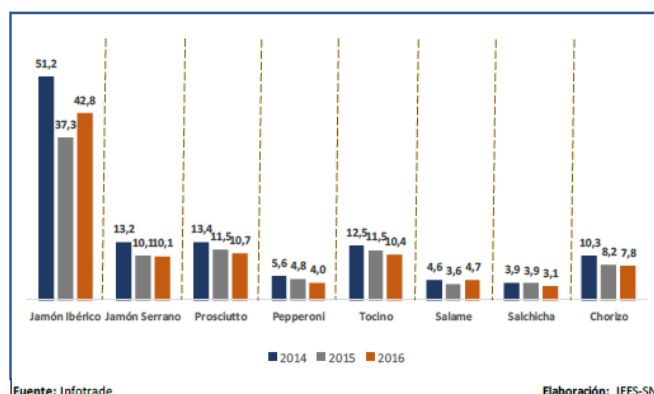
Fuente: Infotrade

Elaboración: IEES-SNI

El precio promedio de importación de los principales productos mantuvo su tendencia hacia la baja respecto al registrado en el 2015. Así, por ejemplo, el pepperoni se cotizó en 4,0 dólares por kilogramo cuando en el 2015 y 2014 su precio bordeaba los 4,8 y 5,6 dólares por kilo, respectivamente, otro importante producto que ha sostenido una caída en su cotización ha sido el jamón prosciutto, el cual se importó en el 2016 a un precio de 10,7 US\$/Kg mientras que en el 2015 se adquiría a 11,5 US\$/kg.

10

Gráfico N° 10 Precio promedio de importación de principales embutidos y fiambres, 2014-2016
(US\$ /Kg)

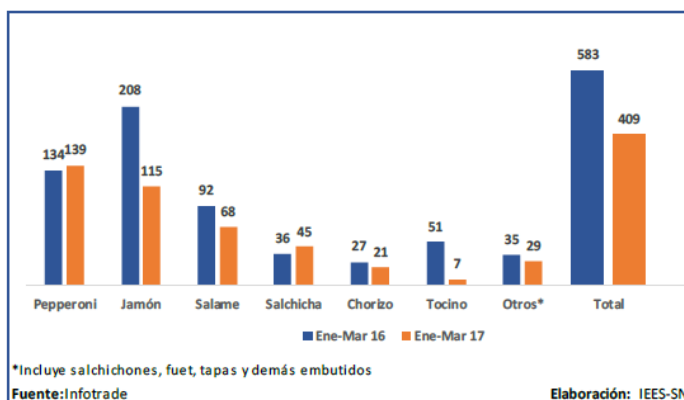


Fuente: Infotrade

Elaboración: IEES-SNI

Respecto a las estadísticas de las importaciones del primer trimestre del 2017, cabe señalar que en términos de valor, las compras al exterior se contrajeron 28,7% respecto a similar período del 2016. Este hecho se encuentra asociado a la disminución de las importaciones de los principales productos tales como el Jamón (-44,7% de crecimiento), Salame (-26,2%), chorizo (-24,4%) entre otros. Tan sólo el valor importado de la salchicha (23,6%) y el pepperoni (4,2%) registraron un crecimiento positivo en los tres primeros meses del año.

Gráfico N°11 Importaciones de embutidos y fiambres por tipo de producto, Enero-Marzo 2016/2017
(Miles US\$ CIF)



11

En relación a los principales países proveedores de embutidos y fiambres, Estados Unidos es el socio comercial más importante al concentrar el 55,2% del total importado en los primeros tres meses del 2017, gracias a la demanda por pepperoni, salchicha, salame, tocino entre otros. En el primer trimestre, la importación desde Estados Unidos sumaron 231 mil dólares, monto que significó un incremento interanual de 11,2%.

Italia es el segundo país que más provee embutidos y fiambres al mercado nacional (27,5% de participación), debido a las adquisiciones de jamón (principalmente prosciutto), salame, mortadela, tocino y demás variedades. Sin embargo entre enero y marzo del 2017, el valor importado sumó 115 mil dólares cifra inferior en 33,6% en comparación al mismo período del 2016.

Asimismo, los productos españoles son los terceros con mayor preferencia por los importadores locales, ya que al término del primer trimestre, sumaron 52 mil dólares, alcanzando una participación porcentual de 12,4% respecto al total importado.

Cuadro N°4: Importaciones de embutidos y fiambres por país de origen y tipo de producto, 2014-2017 (Miles US\$ CIF)

País/Producto	Valor CIF (Miles US\$)				Valor CIF (Miles US\$)			
	2014	2015	2016	Var. % 16/15	Enero-Marzo 2016	Enero-Marzo 2017	Var. % 17/16	Part. % 2017
Estados Unidos	1147	1227	1131	-7,8	208	231	11,2	55,2
Pepperoni	696,3	554,3	491,6	-11,3	124,6	139,4	11,8	33,2
Salchicha	247,4	251,5	185,7	-26,2	32,4	44,8	38,2	10,7
Salame	125,5	139,0	125,0	-10,1	25,5	36,4	42,8	8,7
Tocino	24,0	208,0	327,5	57,4	25,4	5,8	-77,3	1,4
Otros	53,9	74,5	1,4	-98,1	-	4,9	-	1,2
Italia	533	378	723	91,1	174	115	-33,6	27,5
Jamón	345,9	229,6	493,4	115,0	121,5	83,0	-31,7	19,8
Salame	35,0	34,1	154,0	351,4	34,6	19,6	-43,5	4,7
Mortadela	7,6	16,4	38,7	136,5	5,3	10,1	91,7	2,4
Tocino	2,0	-	13,1	-	2,3	1,3	-42,0	0,3
Otros	142,8	98,2	23,5	-76,1	10,2	1,5	-85,6	0,4
España	399	266	239	-9,9	49	52	5,8	12,4
Jamón	223,3	143,2	134,9	-5,8	27,2	28,1	3,2	6,7
Chorizo	78,6	48,2	39,0	-19,1	7,2	18,3	153,4	4,4
Salchichón	35,9	24,3	23,8	-2,2	5,3	4,5	-15,5	1,1
Otros	61,6	49,9	41,6	-16,7	9,2	0,9	-90,3	0,2
Argentina	75	60	67	12,1	29	13	-56,4	3,1
Salame	45,3	39,3	55,9	42,4	26,6	11,4	-57,0	2,7
Jamón	3,0	7,0	4,8	-31,5	0,9	1,4	58,6	0,3
Otros	26,6	13,9	6,8	-51,2	1,9	-	-	-
Holanda	-	11	45	322,3	10	8	-20,8	1,9
Chorizo	-	3,6	14,6	307,2	3,4	2,4	-28,5	0,6
Jamón	-	2,4	12,1	399,3	2,3	2,4	4,0	0,6
Fuet	-	1,6	6,1	285,8	1,6	0,9	-40,9	0,2
Otros	-	3,0	11,9	297,2	2,7	2,1	-20,5	0,5
Resto de Países	730	650	281	-56,7	118,1	-	-	-
Total	2884	2592	2487	-4,1	588	419	-28,7	100,0

Fuente: Infotrade

Elaboración: IEEES-SNI

Respecto a las empresas importadoras de embutidos y fiambres, Cindel (o Chilis, bajo su nombre comercial) fue la que más importó en términos de valor entre enero y marzo del 2017, al adquirir pepperoni, salame y otros productos por un valor de US\$ 130 mil, es decir, 7,7% más respecto al mismo periodo del año anterior. Le siguió Adrimpex, cuyas importaciones ascendieron a US\$ 121 mil, monto menor en 34,0% al registrado en el primer trimestre del 2016. En tercer lugar, se encuentra Corporación Peruana de Restaurantes o Papa Johns, cuyo monto importado sumó US\$ 81,9 mil como consecuencia de las compras por pepperoni, salchicha, tocino, etc., sin embargo, al igual que Adrimpex reportó un retroceso en el valor de sus importaciones en 31,1%

Cuadro N°5: Importaciones de embutidos y fiambres por importador y tipo de producto, 2014-2017
(Miles US\$ CIF)

Empresa/Producto	Valor CIF (Miles US\$)			Var. % 16/15	Valor CIF (Miles US\$)		Var. % 17/16	Part. % 2017
	2014	2015	2016		Enero-Marzo 2016	Enero-Marzo 2017		
Cindel	531	559	433	-22,5	121	130	7,7	31,1
Pepperoni	334,2	319,0	260,7	-18,3	84,5	77,2	-8,6	18,4
Salame	98,0	121,4	113,5	-6,5	25,5	35,4	38,9	8,5
Salchicha	91,9	118,3	58,8	-50,3	10,9	17,6	61,6	4,2
Otros	6,5	-	-	-	-	-	-	-
Adrimpex	555	401	763	90,2	183	121	-34,0	28,9
Jamón	333,4	235,1	503,3	114,1	121,5	84,3	-30,6	20,1
Salame	41,2	45,4	162,9	258,4	38,5	19,6	-49,2	4,7
Mortadela	7,6	13,3	38,7	191,6	5,3	10,1	91,7	2,4
Chorizo	-	1,8	11,4	537,1	4,2	2,7	-36,2	0,6
Salchichón	-	0,3	1,9	516,5	0,2	1,7	602,3	0,4
Otros	172,8	105,4	45,2	-57,1	13,7	2,8	-79,7	0,7
Corp. Peruana de Restaurantes	280	564	627	11,1	118,9	81,9	-31,1	19,5
Pepperoni	163,8	241,4	211,6	-12,4	46,1	61,2	32,7	14,6
Salchicha	92,1	100,7	95,7	-4,9	24,4	11,8	-51,7	2,8
Tocino	24,0	221,8	317,9	43,3	48,4	4,0	-91,7	1,0
Otros	-	-	1,4	-	-	4,9	-	1,2
Espada Import	66	68	61	-10,1	21	21	-1,6	4,9
Jamón	58,5	49,8	45,8	-7,9	17,7	17,4	-1,7	4,2
Chorizo	5,7	9,9	8,0	-19,6	1,7	3,2	83,2	0,8
Salchichón	2,2	3,5	4,3	21,7	1,5	-	-	-
Otros	-	4,3	2,6	-39,2	-	-	-	-
Hipermercados Tottus	52	72	37	-48,4	-	15	-	3,7
Salchicha	28,8	53,2	32,8	-38,4	-	15,4	-	3,7
Salchichón	7,3	6,9	1,4	-80,2	-	-	-	-
Otros	15,6	12,0	3,0	-74,9	-	-	-	-
Resto de empresas	1401	928	566	-39,0	144	50	-65,4	11,9
Total general	2884	2592	2487	-4,1	588	419	-28,7	100,0

Fuente: Infotrade

Elaboración: IEES-SNI

Exportaciones

13

Los envíos de embutidos y fiambres al mercado externo son prácticamente inexistentes, tan sólo se tiene registro hasta el año 2013, donde la empresa Braedt exportó a Alemania pequeñas muestras de chorizo, jamón, lomo, prosciutto, etc.

Anexo 4. Costos para análisis de riesgo



PERÚ

Ministerio
de Agricultura y Riego

SENASA
PERU

Lima, 05 de Enero de 2018

CARTA-0006-2018-MINAGRI-SENASA-DSA-SDCA

Señor

DENIS TAPIA ORTIZ

Gerente Administrativo

EMBUANDES CIA LTDA.

Ecuador.-

Asunto : Procedimientos y costos para análisis de riesgo
Referencia : Carta s/n (D17000072598-201702142427)

Tengo el agrado de dirigirme a usted, en relación al documento de la referencia, en el que solicita procedimientos y costos para el estudio de análisis de riesgo para la importación de embutidos de porcino procedentes de Ecuador.

Al respecto, le comunico que para desarrollar dicho estudio es necesario realizar una visita *in situ* a dicho país, según lo estipulado en el Decreto Supremo N° 056-2013-PCM y el TUPA del SENASA.

Esta evaluación será realizada por dos profesionales, por lo que se deberá cubrir los costos, según el siguiente detalle:

- a) Evaluación en el país de origen a razón de US \$ 370.00 diarios/persona
- b) Pasaje aéreo (ida y vuelta) y movilización en hacia las zonas donde se ubican los establecimientos de producción, faenado y control sanitario.
- c) Tasa aeropuerto.
- d) Pago por gastos administrativos de la Institución: S/. 289.17 diarios/persona.

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente,



MINISTERIO DE AGRICULTURA Y RIEGO
SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGRARIA
DIRECCIÓN DE SANIDAD ANIMAL

MV Lisset Castillo Villanueva
Directora (e) de Cuarentena Animal

Av. La Molina N° 1915, La Molina -Lima
T: (511) 313-3300
www.senasa.gob.pe
www.minagri.gob.pe

0



 *Trabajando para
todos los peruanos*