



Carrera:

Tecnología en comercio exterior

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE HUEVOS DE CODORNIZ AL MERCADO
JAPONES PARA LA AVÍCOLA PAREDES EN EL AÑO 2021 – 2022**

Autor(a):

Allison Xiomara Medina Guerra

Tutor(a):

MSc. Célida Sabina Gómez Sánchez

Guayaquil – Ecuador

2021 - 2022

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, ALLISON XIOMARA MEDINA GUERRA, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, titulado: **“PLAN DE EXPORTACIÓN DE HUEVOS DE CODORNIZ AL MERCADO JAPONES PARA LA AVÍCOLA PAREDES EN EL AÑO 2021”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

Allison Medina
C.C.:0925779522

Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, cuyo tema es: **“PLAN DE EXPORTACIÓN DE HUEVOS DE CODORNIZ AL MERCADO JAPONES PARA LA AVÍCOLA PAREDES EN EL AÑO 2021”**, fue elaborado por el (la) señor (Sra.) ALLISON MEDINA, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

(Título del Docente)

Tutor de Trabajo de Titulación

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi abuelita quien es el motor de mi vida ha estado en todas las etapas de mi vida brindándome su amor incondicional, por todos sus sacrificios y esfuerzos que hicieron que pudiera salir adelante y me motiva a levantarme día con día a esforzarme cada vez mas para crear un mejor futuro para ambas.

A mis amistades, familiares y compañeros que sin esperar nada a cambio han brindado su granito de arena para que pudiera realizar el presente trabajo y me brindaban palabras de motivación para no desistir y poder continuar con mis proyectos de vida.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente le doy gracias a Dios quien me ha permitido llegar hasta aquí y seguir luchando por cumplir mis sueños, le doy gracias a mi abuelita por estar siempre en los buenos y malos momentos de mi vida.

A mi tutora MSc. Célida Gómez por guiarme en este momento de mi vida y brindarme sus conocimientos en el área y enseñarme que con esfuerzo y dedicación se puede lograr los objetivos. A mis familiares y mis compañeras Diana Yagual y Wendy García cuyas palabras de aliento me han llegado cuando más las necesitaba.

A mis amigas Daniela Pérez y Madelaine Riera quienes sin ningún interés me han ayudado en toda la travesía para la realización de esta tesina brindando su compañía y apoyo en el desarrollo de este trabajo. A la señora Judith Paredes dueña de la Avícola Paredes quien ha proporcionado el nombre de su empresa y toda la información necesaria en la elaboración de este plan de exportación.

Índice General

Reconocimiento de Responsabilidad	ii
Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
Índice General	vi
Índice de tablas	x
Índice de gráficos	xi
Índice de imágenes	xii
Resumen	xiii
Introducción	1
Estructuración del problema	6
Problemática	6
OBJETIVO	6
DESCRIPCIÓN DE LOS CAPÍTULOS	7
CAPÍTULO I	8
1. FUNDAMENTACIÓN	8
1.1. MARCO HISTÓRICO	8
1.1.1 Inicios De La Codorniz	8
1.1.2 Características	9
1.1.3 Propiedades	9
1.1.4 Producción de huevos de codorniz	10
1.1.5 Mercadeo del huevo de codorniz	10
1.1.6 Costos Y Beneficios De Producción	11
1.1.8 Plan de Exportación	13
1.1.9 Estructura básica de un plan de exportación	14
1.2. MARCO TEÓRICO	15
1.2.1. Antecedentes de la investigación	15

1.2.2. Productos Y Elaboración	16
1.2.3. Sanidad Animal	17
1.2.4. Bienestar Animal	18
1.2.5. Producción de huevos en el Ecuador	19
1.2.6. Datos De Exportación E Importación De Huevos Y Derivados En El Mundo	20
1.2.7. Datos de importación de huevos en Japón	23
1.3. MARCO CONCEPTUAL	23
1.4. MARCO JURÍDICO	25
Capítulo II.	41
2. Metodología empleada	41
2.1. Tipo de enfoque de la Investigación	41
2.1.1. Enfoque cualitativo	41
2.1.2. Enfoque cuantitativo	41
2.1.3. Enfoque mixto	41
2.2 Observación	42
2.3 Conclusión de la observación	43
2.4 Técnicas de la recolección de datos y herramientas de investigación	44
2.5 Entrevista	44
2.6 Encuestas	45
2.7 Técnicas de la investigación y fuentes	55
2.7.1 FODA	56
2.7.2 CAPA	57
2.7.3 PEST	59
CAPITULO III	61
3. PROPUESTA	61
3.1 PROPUESTA	61
3.2 Título De La Propuesta	61
3.3 Objetivo De La Propuesta	61

3.4 Descripción De La Propuesta	61
3.5 FACTIBILIDAD DE LA APLICACIÓN	61
3.6 BREVE HISTORIA DE LA AVICOLA	62
3.6.1 ORGANIGRAMA	63
3.6.2 PRODUCTOS QUE COMERCIALIZAN (PRESENTACIONES)	64
3.6.3 LOGOTIPO	65
3.6.4 SUBPARTIDA ARANCELARIA (sugerida).	66
3.6.5 INCOTERM CFR	66
3.6.6 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	67
3.7 ESTUDIO DE MERCADO	67
3.7.1 FICHA COMERCIAL DE JAPON	67
3.7.1.1 Perfil Demográfico De Japón	68
3.7.1.2 Patrones de Consumo	69
3.7.2 FICHA LOGISTICA	69
3.7.3 REQUISITOS DE INGRESO AL MERCADO JAPONES	70
3.8 PROCESO LOGISTICO DE EXPORTACIÓN	71
3.8.1 FLUJO DE EXPORTACION (AEREA)	71
3.8.2 REQUISITOS DEL RUC	72
3.8.3 OBTENCION DEL TOKEN	72
3.8.4 INGRESO DEL EXPORTADOR AL ECUAPASS	73
3.8.5 PROCESO DE COORDINACION LOGISTICA	74
3.8.6 CERTIFICADO SANITARIO DE EXPORTACIÓN	79
3.8.7 DECLARACION JURAMENTADA DE ORIGEN	79
3.8.8 CERTIFICADO DE ORIGEN	80
3.8.9 DAE (DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN)	81
3.9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
3.9.1 CONCLUSIONES	82
3.9.2 RECOMENDACIONES	83
BIBLIOGRAFÍA	84
ANEXOS	87

Índice de tablas

Tabla 1: Principales países importadores en el periodo 2017-2021	20
Tabla 2: Cuadro de importaciones de huevos y derivados en Japón en los 3 primeros meses del año 2021.	21
Tabla 3: Principales países exportadores 2017-2021	22
Tabla 4: datos de importaciones en los últimos 5 años bajo la subpartida 040721.	23
Tabla 5: Género.	45
Tabla 6: edades.	46
Tabla 7: comercializan con huevos.	47
Tabla 8: épocas de más comercialización.	47
Tabla 9: tipos de huevos que comercializan.	48
Tabla 10: Han escuchado de los huevos de codorniz.	49
Tabla 11: Beneficio de los huevos de codorniz.	50
Tabla 12: ¿le gustaría importar huevos de codorniz?	51
Tabla 13: ¿cuántas cajas de 24 importaría al mes?	52
Tabla 14: ¿Importaría por contenedor?	53
Tabla 15: ¿qué valor estaría dispuesto a pagar?	54
Tabla 16: subpartida arancelaria sugerida	66
Tabla 17: obligaciones del comprador y vendedor.	66
Tabla 18: tabla de medidas de las cajas de embalaje.	74
Tabla 19: pesos de cajas y pallets.	75
Tabla 20: costos logísticos.	77
Tabla 21: tabla de valores	77

Índice de gráficos

Gráfico 1: Principales países que importan huevos y derivados.	21
Gráfico 2: Principales países exportadores de huevos y derivados.	22
Gráfico 3: Género.	45
Gráfico 4: Edades.	46
Gráfico 5: comercializan con huevos.	47
Gráfico 6: Épocas de más comercialización.	48
Gráfico 7: tipos de huevos que comercializan.	49
Gráfico 8: Han escuchado de los huevos de codorniz.	50
Gráfico 9: Beneficios de los huevos de codorniz.	51
Gráfico 10: ¿le gustaría importar huevos de codorniz?	52
Gráfico 11: ¿cuántas cajas de 24 importaría al mes?	53
Gráfico 12: ¿Importaría por contenedor?	54
Gráfico 13: ¿qué valor estarías dispuesto a pagar?	55

Índice de Imágenes

Imagen 1: valor nutricional de la codorniz y sus huevos. _____	10
Imagen 2: tabla de gastos de crianzas en el ciclo. _____	11
Imagen 3: tabla de costos de cada ciclo. _____	12
Imagen 4: Producción bruta y factores que afectan la rentabilidad de una empresa de huevos. _____	12
Imagen 5: Clasificación de la especie codorniz _____	16
Imagen 6: Consumo per cápita de huevos al año. _____	19
Imagen 7: Número de aves ponedoras en los años 2017-2019 _____	19
Imagen 8: Cifras de huevos producidos en el periodo 2017-2019 _____	20
Imagen 9: cajas de 500 huevos para la venta de comerciantes independientes. _____	42
Imagen 10: caja de 24 unidades para envío a comisariatos. _____	43
Imagen 11: ubicación geográfica de la Avícola Paredes _____	63
Imagen 12: organigrama interno de la avícola. _____	63
Imagen 13: caja de 24 unidades "mi comisariato". _____	64
Imagen 14: caja de 500 unidades sueltos. _____	65
Imagen 15: logotipo de la avícola paredes. _____	65
Imagen 16: huevo de codorniz. _____	67
Imagen 17: perfil demográfico en Japón _____	68
Imagen 18: balanza comercial no petrolera _____	69
Imagen 19: los 5 principales productos exportados por Ecuador al mercado Japones _____	69
Imagen 20: pasos previos a la exportación. _____	71
Imagen 21: flujo de exportación. _____	72
Imagen 22: ingreso al sistema Ecuapass. _____	74
Imagen 23: cubicaje de las 90 cajas. _____	76
Imagen 24: cotización de flete interno _____	76
Imagen 26: cotización de flete aéreo _____	78
Imagen 28: certificado sanitario. _____	79
Imagen 29: tipos de certificados de origen. _____	81
Imagen 30: formulario de la DAE _____	82

Resumen

El presente trabajo se ha realizado basándose en información y datos obtenidos de fuentes confiables para la creación de un manual de exportación, en el cual se tiene como objetivo la exportación de huevos de codorniz a Japón. En un país desarrollado como Japón, sus habitantes se preocupan por las calorías consumidas en el día, es por esto que brindando una opción más sana que el huevo de gallina siendo el huevo de codorniz un sustituto en el balance calórico ya que posee menos calorías y más nutrientes que el de gallina. Utilizando como base los datos de productos relacionados al huevo de codorniz en el país objetivo el cual nos servirán como guía para la realización de este manual ya que no existen datos de alguna exportación de huevos en el Ecuador. Analizando la producción de la avícola se comprobará si cuenta con lo requerido para empezar una exportación.

Abstract

The present work has been carried out based on information and data obtained from reliable sources for the creation of an export manual, which aims to export quail eggs to Japan. In a developed country like Japan, its inhabitants are concerned about the calories consumed in the day, which is why providing a healthier option than chicken eggs, quail eggs being a substitute in the caloric balance since it has fewer calories and more nutrients than chicken. Using as a basis the data of products related to quail eggs in the target country which will serve as a guide for the realization of this manual since there are no data on any export of eggs in Ecuador. Analyzing the production of the poultry, it will be verified if it has what is required to start an export.

Introducción

La presente investigación se realiza debido a que en la actualidad la sociedad ha ido tomando conciencia sobre sus hábitos alimenticios los cuales generan que la población busque opciones de comidas más saludables. Es por estos motivos que en la búsqueda de nuevas opciones de comida encuentran productos similares, pero con un mejor valor nutricional al que están reemplazando.

En la búsqueda de alimentos saludables, cuando se habla de carne de aves todos piensan en el pollo o pavo, pero existe otra ave que posee una carne muy deliciosa en la cual a pesar de su sabor no posee grasa ni azúcares o carbohidratos. Es por esto que en el Ecuador existen avícolas encargadas directamente a la producción y crianza de la codorniz para la comercialización no solo de su carne, sino que también de sus huevos; en el extranjero la carne de codorniz se ha definido como una delicia culinaria.

En el Ecuador existen varias avícolas dedicadas a la crianza y producción de aves de corral entre las avícolas del país no solo existen avícolas de gallinas o pavos también existen las de codorniz las cuales se comercializan dentro del Ecuador a cadenas de supermercados y vendedores independientes.

Con la idea de diseñar un plan de exportación se busca brindar al país una idea de una nueva exportación tomando como producto los huevos de codorniz ya que en la actualidad existe la necesidad de una alimentación más saludable.

La Avícola Paredes estando en el mercado por más de 20 años en los cuales ha abastecido a cadenas de supermercados nacionales y vendedores independientes, busca ampliar su negocio y poder llevar uno de sus productos al extranjero, este es el caso de los huevos de codorniz que han producido y comercializado por varios años dentro del Ecuador.

Existiendo en el país muchas avícolas dedicadas al cuidado y producción de la codorniz llegando a comercializarse sus huevos dentro de las cadenas nacionales de comisariatos y tiendas de barrio este producto no cuenta con exportaciones registradas.

Es por esto que surge de la necesidad de extender el mercado de lo nacional a lo internacional rompiendo con los esquemas de solo exportar productos conocidos al extranjero y no asumir nuevos riesgos.

La Avícola Paredes posee muchos años en el mercado nacional y contando con los recursos necesario para darse a conocer en otros lugares no cuenta con información y orientación necesaria para poder llegar a los mercados extranjeros. Es por esto que se decide realizar la elaboración de una guía de exportación de los huevos de codorniz, ya que en el Ecuador no existen datos de alguna exportación de huevos de codorniz en los últimos años.

No existiendo datos y con poca orientación en el ámbito extranjero la Avícola Paredes no ha podido llevar sus productos al exterior es por esto que se decide apoyar a esta empresa brindándole toda la orientación posible para que su producto sea conocido en otras partes del mundo.

Por varios años en el Ecuador se ha exportado los productos tradicionales como: el banano, el cacao, petróleo, el camarón y las flores. Aunque en el país existen muchos productos que se exportan, estos productos mencionados anteriormente son los más característicos en las exportaciones del país.

Con el pasar de los años se ha visto la innovación y es por esto que en el Ecuador buscan impulsarse con exportaciones de productos nuevo e innovadores, es por esto que se busca exportar un producto no tradicional ya que dentro del Ecuador existen muchas avícolas dedicadas a la crianza y producción de codorniz es por esto que siendo un producto que posee muchos beneficios nutricionales.

En la última década la población ha ido concientizando sobre sus hábitos alimenticios es por esto que han ido buscando otros tipos de alimentos que brinden un mejor valor nutricional. Es por esto que se busca la exportación del huevo de codorniz ya que es bajo en grasas, calorías y colesterol. Siendo un producto que brinde beneficios no solo en la salud también el inicio de un nuevo mercado lo que nos daría los siguientes beneficios:

Fomentar el consumo de productos saludables: esto se debe a que siendo un producto que posee menos valores de grasas, calorías y colesterol. Brindaría una nueva opción para las personas que quieran usar alternativas saludables en su alimentación.

Llevar un nuevo producto al extranjero: con la creación de esta guía se podrá brindar un impulso a nuevas empresas a que puedan llegar a exportar los huevos de codorniz al extranjero.

Impulsar la exportación de productos no tradicionales: siendo el huevo de codorniz un producto no tradicional y poco conocido, pero siendo la exportación de este una oportunidad de impulsar a las empresas que poseen productos no tradicionales el hecho de poder llevar sus productos a cualquier parte del mundo.

Llevando los huevos de codorniz a su exportación a Japón, no solo se abrirá la puerta a un nuevo mercado para la Avícola Paredes, sino también para el Ecuador se brindaría un nuevo producto no tradicional del país que buscaría abrir y extender con el pasar del tiempo más allá del mercado japonés sino también dar opciones al país de que puedan exportar nuevos productos.

Con la exportación de huevos de codorniz se busca llevar al mercado extranjero un nuevo producto con el cual el país busque impulsarse más en las exportaciones y pueda brindar un equilibrio en la balanza del país, es bien sabido que con una pequeña exportación no se llegaría a equilibrar la balanza nacional, pero generaría un ejemplo para las demás empresas para que puedan tomar la decisión de buscar nuevos mercados en el extranjero y así poder impulsar la comercialización internacional.

Siendo en el Ecuador: el cacao, el petróleo, el camarón o el banano productos muy comunes para ser exportados a varios países del mundo, la sociedad busca salir de lo tradicional y poder llevar más allá de los productos que comúnmente se exportan en el país, es por esto que buscando en las zonas avícolas se han encontrado que existen avícolas especializadas en el cuidado de codornices es por esto que se desea idear un plan de exportación hacia Japón en el cual sea una guía que brinde al empresario un análisis del mercado y los métodos que se deberán implementar.

Talvez la idea de exportar huevos de codorniz sea una idea extraña para algunos, pero es debido a estos pensamientos que las empresas no toman la iniciativa de

emprender y motivar a más empresas a que se sientan con la confianza que su producto pueda llegar a varios países. Siendo la exportación del huevo de codorniz una idea que surge por lograr exportar más productos no tradicionales el cual daría como importancia a las empresas que poseen productos no tradicionales.

Desde años atrás se ha conocido el huevo de codorniz como producto comercializado en vendedores independientes, ambulantes y supermercados nacionales, con el pasar de los años se han ido generando avícolas especializadas en la coturnicultura lo cual algunas han logrado su entrada en las cadenas de supermercados dentro del Ecuador, es el caso de la Avícola Paredes la cual tuvo sus inicios el 15 de junio del año 2000.

Con más de 20 años de experiencia en el ámbito avícola ha ido avanzando en estos años desde su venta a vendedores independientes o proveedores hasta poder llegar a los supermercados es así que ha ido avanzando hasta poder establecer su cadena de venta de huevos de codorniz.

La comercialización de huevos de codorniz se ha visto básicamente dirigida por comerciantes pequeños y cadenas de supermercados como: supermaxi, mi comisariato y tía. Unos de los problemas principales es que no existe mucha información sobre exportaciones de este tipo, lo cual nos lleva realizar una investigación a fondo sobre el tema el cual sería su forma de exportación y que métodos se deberán emplear para su conservación durante el traslado del producto, el cual sería de una forma encargada de proteger su fragilidad y poder evitar su deterioro.

Es por esto que surge la pregunta de nuestra problemática ¿De qué forma se puede ayudar a la Avícola Paredes a exportar huevos de codorniz a Japón? En esta investigación se buscará la solución a nuestra pregunta.

Unos de los objetivos principales de esta investigación es la realización de un manual para la exportación de los huevos de codorniz hacia Japón de la Avícola Paredes proveniente del cantón Pelileo provincia del Tungurahua.

Es por esto que uno de los objetivos al elaborar este manual de exportación es poder brindar un método de ayuda a futura avícolas exportadoras de huevos de codorniz, que siguiendo los métodos empleados puedan llegar a sus países objetivos. Se piensa en tomar la iniciativa para poder brindar la confianza a las otras empresas y que puedan dar

a conocer sus productos en el extranjero, brindando al país nuevas formas de emprendimiento.

En la presente investigación se mostrará las características del huevo de codorniz sus orígenes como ha ido avanzando en el desarrollo de estos emprendimientos. Divididos en varios capítulos en las cuales se describirán en:

Fundamentación teórica: donde se mostrará la historia del producto y los comienzos de la Avícola Paredes, también se podrá dar una breve descripción de como llevan sus regímenes alimenticios de cada país relacionado en la investigación (Ecuador y Japón).

Análisis y metodología: es donde nos mostrara los métodos aplicados para esta investigación, siendo mediante una entrevista con la propietaria de la Avícola Paredes. Donde nos brindara los datos de la cantidad de producción en un año y cuanto es el promedio que comercializa mensualmente y guiando estos valores para poder dar un análisis de factibilidad para la exportación del mismo.

Propuesta o conclusión: en este capítulo se mostrará los resultados de la investigación y las conclusiones de las cuales se llegarán con los datos e investigaciones realizadas, donde se podrá concluir si la idea de un plan de exportación de huevos de codorniz sería factible.

Estructuración del problema

¿De qué forma se puede ayudar a la Avícola Paredes a exportar huevos de codorniz a Japón?

Problemática

Desde años atrás se ha conocido el huevo de codorniz como producto comercializado en vendedores ambulantes y con el pasar de los años se han ido generando avícolas especializadas en la coturnicultura lo cual algunas han logrado su entrada en las cadenas de supermercados dentro del Ecuador, es el caso de la Avícola Paredes la cual tuvo sus inicios el 15 de junio del año 2000.

Con su trayectoria de más de 20 años la Avícola Paredes busca extender su mercado al exterior, pero debido a la falta de información y asesoría no han podido lograr su objetivo. Es por esto por lo que se realizara un plan de exportación de huevos de codorniz.

La Avícola Paredes se encuentra ubicada en la provincia de Tungurahua en el cantón San Pedro de Pelileo, parroquia Huambalo (Guambalo) la cual consta con otra sucursal en Santo Domingo de los Tsáchilas, la avícolas se encuentra dentro del sector A014603 - producción de huevos de aves de corral.

La comercialización de huevos de codorniz se ha visto básicamente dirigida comerciantes pequeños y cadenas de supermercados como: supermaxi, mi comisariato y tía. Unos de los problemas principales son que no existe mucha información sobre exportaciones de este tipo, lo cual nos lleva realizar una investigación a fondo sobre el tema el cual sería su forma de exportación y que métodos se deberán emplear para su conservación durante el traslado del producto.

OBJETIVO

Elaborar un Plan de exportación de huevos de codorniz a Japón en el año 2021-2022 para la Avícola Paredes.

DESCRIPCIÓN DE LOS CAPÍTULOS

En el **capítulo 1** se describe la investigación de lo relacionado al huevo de codorniz comenzando con su historia, sus antecedentes y características, avanzando con ello se muestra la investigación encontrada por medio de páginas de datos como el trade map que fue utilizado para buscar estadísticas de importaciones y exportaciones en el país objetivo. Haciendo uso de la tecnología se ha podido consultar en páginas oficiales de Agrocalidad y otros requisitos que se necesitan para una exportación.

En el **capítulo 2** se detallan los métodos utilizados en la investigación, como por ejemplo el teórico y empírico, también se utilizó el FODA y CAPA para poder analizar las fortalezas y debilidades de este plan de exportación, con el cual nos guiamos para poder llegar a la conclusión del siguiente capítulo.

En el **capítulo 3** se describe a la conclusión que se llegó durante el transcurso y el final de la investigación en la cual se detalla cómo y por qué se ha llegado a esa resolución basándose en los métodos empleados en el capítulo anterior.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN

1.1. MARCO HISTÓRICO

1.1.1 Inicios De La Codorniz

Nos cuenta (Omlet, s.f.) En las construcciones egipcias había muchas bocas que alimentar, los que no eran técnicos en las pirámides se dedicaban a cultivar trigo, frutas y a criar codornices. Los egipcios se dieron cuenta pronto de que las codornices eran una excelente fuente de proteínas para los trabajadores, así que establecieron granjas grandes para criarlas.

De hecho, estas aves eran tan comunes, que tenían su propio jeroglífico. En egipcio la palabra codorniz se pronuncia Oo.

En la actualidad puede que el egipcio no esté muy extendido pero la codorniz sigue siendo una importante fuente de alimentos en muchos países, tanto por su carne como por sus huevos. De hecho, en relación con su peso, los huevos de codorniz son más nutritivos que los huevos de gallina; hablaremos de ello más adelante.

Las codornices también son muy populares en otros países. Hay vestigios de este animal en el Lejano Oriente, antes del año 770 a.C. Se cree que la codorniz china es el antepasado de muchas de las razas de hoy. Se estima también que la codorniz ha sido domesticada desde hace más de 4.000 años. (pág. 1)

Según la (Región de Murcia Digital, s.f.)Las codornices salvajes parecen disponer de especial relevancia en dos civilizaciones prehistóricas a ambos lados del océano Atlántico: En Egipto se han hallado jeroglíficos de hace 4.000 años en los que se aprecian dibujos de codornices; también las civilizaciones precolombinas disponen de mitos relacionados con el sol, protagonizados por estas aves que simbolizarían el vínculo entre los planos cósmico y terrenal.

La variedad japónica apareció en el país nipón durante el siglo XII tras la domesticación de la especie salvaje. Debido a este reciente proceso, en la codorniz doméstica aún quedan ciertas características de su antepasado, aunque poco a poco

ha perdido su naturaleza migratoria. En Europa fue introducida esta última ya en el siglo XX. (pág. 1)

1.1.2 Características

Según (Alija, 2015) Ave de caza, de fácil adaptación al medio y migratoria. Además de por sus valores culinarios y nutritivos, la codorniz es muy atractiva por su alto rendimiento en cría, tanto para huevos como para carne.

A pesar de ser un ave de un tamaño relativamente pequeño poseen largas alas la cuales son útiles ya que una de las características de estas aves es que son migratorias y suelen recorrer grandes distancias durante su migración. Ya que suelen vivir en zonas templadas de Europa, Asia y África.

Nos dice (Marisol) La codorniz es un ave que pertenece al orden de las gallináceas, familia Phasianidae y especie Coturnix coturnix. Esta especie, que es la más común, está extendida en Europa, Asia, África y las Islas Atlánticas. Sin embargo, existe un gran número de subespecies, siendo dos las más conocidas. La Coturnix Coturnix Coturnix es la codorniz salvaje que anida en Europa y Asia y emigra en invierno a África, Arabia y la India. Esta es la codorniz citada en los textos bíblicos como el mana del pueblo hebreo. La Coturnix Coturnix Japónica es la codorniz japonesa que anida en la isla de Sakhaline y en el archipiélago de Japón y emigra a Siam, Indochina y Taiwán. En la actualidad, estas dos subespecies son las que más se trabajan comercialmente, la primera para producción de carne dado su gran peso corporal, y la segunda para producción de huevos dada su alta productividad y multiplicación. (pág. 1)

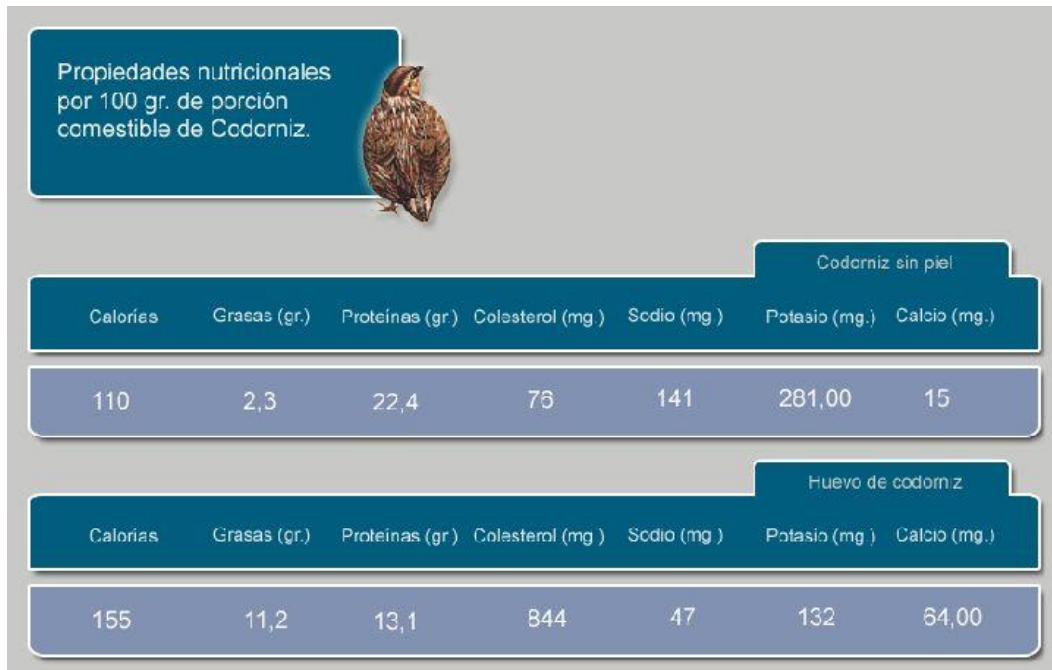
1.1.3 Propiedades

Esto nos dice (Región de Murcia Digital, s.f.) La codorniz es una de las aves que presentan en su carne un menor índice de calorías, debido a su escaso contenido en grasas, aportando porcentajes muy bajos de colesterol. No obstante, este factor se puede ver alterado por las distintas formas de preparación culinaria y la cantidad de calorías de la receta.

Las vitaminas destacadas en su composición pertenecen principalmente al grupo B, en concreto la B1 o tiamina, B2 o riboflavina y B6 o piridoxina.

Entre los minerales contiene niveles significativos de potasio, sodio y hierro. (pág. 1)

Imagen 1: valor nutricional de la codorniz y sus huevos.



Propiedades nutricionales por 100 gr. de porción comestible de Codorniz.

Codorniz sin piel						
Calorías	Grasas (gr.)	Proteínas (gr.)	Colesterol (mg.)	Sodio (mg.)	Potasio (mg.)	Calcio (mg.)
110	2,3	22,4	76	141	281,00	15

Huevo de codorniz						
Calorías	Grasas (gr.)	Proteínas (gr.)	Colesterol (mg.)	Sodio (mg.)	Potasio (mg.)	Calcio (mg.)
155	11,2	13,1	844	47	132	64,00

Fuente: Región de Murcia Digital

Elaborada por: Región de Murcia Digital

1.1.4 Producción de huevos de codorniz

Según (anonimo, 2001) Las hembras son buenas productoras durante tres años aproximadamente. Después de este tiempo decrece la postura. La producción es de unos 300 huevos por año y estos tienen un peso aproximadamente de 10 gramos. Los huevos de la codorniz son más ricos en vitaminas y minerales de mejor sabor que los de gallina. Además 6 huevos de codorniz equivalen en peso a uno de gallina. (pág. 1)

1.1.5 Mercadeo del huevo de codorniz

Esto nos dice (anonimo, 2001) El huevo de codorniz es recomendado por Pediatras y Geriatras para la alimentación de niños y ancianos por sus bajos niveles de colesterol y alto nivel proteico. Para su mercadeo se aconsejan cajas de cartón de 12, 24 y 36 unidades con una abertura en la parte superior cubierta con papel celofán. Los empaques plásticos agilizan el proceso y dan gran visibilidad y

presentación. Es importante promover las diferentes formas de preparación del huevo con sus respectivas salsas. (pág. 1)

1.1.6 Costos Y Beneficios De Producción

Se deben mantener registros de los costos incurridos durante la operación y de los ingresos por la venta de huevos. Los costos deben ser cubiertos por la venta de huevos. La diferencia entre el producto de las ventas y los costos incurridos representa una ganancia. (ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN, 2003)

Con la utilización de cálculos para un ciclo de puestas permiten al agricultor saber si su negocio esta con ganancias o pérdidas.

Imagen 2: tabla de gastos de crianzas en el ciclo.

Gastos de Crianza	
Costos	EL DÓLAR AMERICANO (\$)
Pollitos (número total de pollitos multiplicado por el precio por pollito)	
Pienso (kg total de pienso multiplicado por precio por kg)	
Alojamiento	
Equipo	
Labor	
Vacunas	
Mortalidad	
Préstamo	
Varios	
Costos totales	

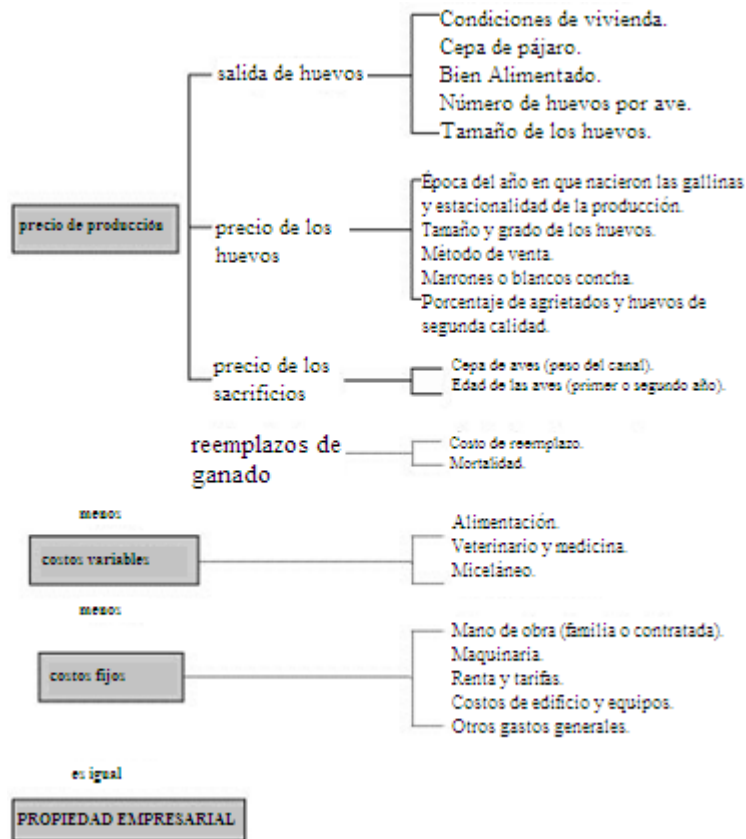
Fuente: FAO

Imagen 3: tabla de costos de cada ciclo.

Costos y Ventas Semanal	
	EL DÓLAR AMERICANO (\$)
a) Huevos vendidos	
b) Pienso utilizado	
c) Costos de crianza	
a menos byc =	

Fuente: FAO

Imagen 4: Producción bruta y factores que afectan la rentabilidad de una empresa de huevos.



Fuente: Organización De Las Naciones Unidas Para La Agricultura Y La Alimentación.

Elaborado por: Organización De Las Naciones Unidas Para La Agricultura Y La Alimentación.

1.1.8 Plan de Exportación

Esto nos menciona (Lerma Kirchner & Márquez Castro, 2010) Se le denomina plan de exportación, el cual contiene aspectos comerciales (la mezcla del marketing y la logística), operativos (producción y servicio) y financieros (costos, precios de exportación, utilidades esperadas). (pág. 430)

se puede decir que el plan de exportación nos asistirá durante la planeación de la viabilidad de negocio, la logística, los mercados, la competencia y el precio del mercado internacional

Nos dice (Solística, 2019) Antes de elaborar un plan de exportación es necesario identificar y recolectar información sobre la compañía y sus requerimientos de exportación, por ejemplo:

- **Producto o servicio:** características y necesidad que satisface en el mercado internacional, adaptaciones especiales, licencias o certificados, modificaciones al empaque.
- **Precios:** costos de envío, aranceles, impuestos, estrategia de precios, propiedad intelectual.
- **Promoción:** modificaciones en las estrategias de mercadotecnia, plataformas de comercio electrónico, redes sociales, ferias y convenciones.
- **Administración:** objetivos de exportación, compromiso de la compañía en asuntos de exportación, expectativas en el nivel del retorno de inversión.
- **Experiencia:** países con los que se tienen negocios, líneas de productos, competidores nacionales y extranjeros, lecciones aprendidas.
- **Personal:** experiencia en asuntos internacionales, idiomas, estructura del departamento de exportación, personal de ejecución.
- **Producción:** capacidad actual, costo de producción adicional, cargas de trabajo, requerimientos mínimos de producción y empaquetado de productos a exportar.
- **Finanzas:** capital para exportar y comercializar, costos operativos del departamento de exportación, gastos iniciales, otros planes de desarrollo, retorno de inversión, créditos, flujos de caja, liquidez y rentabilidad.
- **Aspectos internacionales:** como precios de exportación, logística internacional, requisitos de exportación e importación, barreras arancelarias, contratos, formas de

pago, administración de contenedores y seguros, así como aspectos sobre el país al que se desea exportar y las tendencias sociales, económicas e industriales de éste y del público objetivo. (pág. 1).

1.1.9 Estructura básica de un plan de exportación

Esto nos dice (Solística, 2019) Aunque un plan de exportación no tiene una estructura predeterminada pues depende de las características de cada empresa, el siguiente esquema puede servir de base:

- **Primera parte:** situación actual y antecedentes de la compañía
Para comenzar se debe describir la situación actual y los antecedentes de la compañía, así como los productos o servicios a exportar y su clasificación, las licencias y tratados de comercio internacional, información sobre la industria, los competidores y las operaciones, las capacidades técnicas, tecnológicas y humanas, dentro y fuera de la empresa. Además, se recomienda incluir un análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA) que ayude a ubicar a la empresa respecto al mercado y a la competencia.
- **Segunda parte:** comercialización
En esta etapa se determina los objetivos a corto, mediano y largo plazo y se identifican, evalúan y seleccionan los mercados, los precios (considerando las obligaciones y debidos impuestos), los métodos de distribución, las metas y previsiones de ventas, ganancias y posibles pérdidas, los términos, condiciones y costos de fletes y logística, así como barreras tarifarias.
Adicionalmente, en esta parte se aconseja especificar si la compañía cuenta con algún asesor en comercio internacional o alianza estratégica y cuál es su función. Igualmente, si se cuenta con seguros y créditos de exportación que los cubran ante guerras, expropiaciones, cancelaciones de permisos y cancelaciones por parte del gobierno.
- **Tercera parte:** tareas tácticas
Esta etapa se abarca las acciones a llevar a cabo, tomando en cuenta los países principales y secundarios a los que se exportará, los esfuerzos de mercadotecnia indirecta y los logros trimestrales.
- **Cuarta parte:** presupuesto

La cuarta etapa trata de evaluar los costos de exportación y se deben contemplar estados financieros, elementos de mercadotecnia y comunicación, viajes, entradas a ferias comerciales y otros gastos.

- **Quinta parte:** calendario

En la última etapa se programa la implementación, las acciones de seguimiento y las revisiones operativas, así como el control y la medición de los resultados obtenidos en comparación con lo planeado.

- **Información complementaria**

Finalmente se incluyen los adendum con datos sobre el público objetivo, estadísticas del mercado, hechos a considerar e información acerca del ambiente competitivo.

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1. Antecedentes de la investigación

Según la (CADENA COMERCIAL VIPRICA EN VENEZUELA,, s.f.) La coturnicultura es el arte de criar y fomentar la producción de codornices para la utilización de sus productos, ofreciendo posibilidades como: • Producción de carne (en pie, canal, congelada, encurtida). • Producción de huevo (lío-filizado fértil, para consumo, encurtido). • Aprovechamiento de subproductos (plumas y excrementos, o codornáza). La codorniz es muy apreciada por sus huevos ya que tienen bajo contenido de colesterol.

Nos cuenta (Fonseca, 2016) La codorniz, *Coturnix coturnix*, es una especie de ave galliforme perteneciente a la familia Phasianidae. Hace parte de las ocho especies vivientes que conforman el género *Coturnix*. Actualmente se describen cuatro subespecies de codorniz común: *Coturnix coturnix coturnix*, *Coturnix coturnix africana*, *Coturnix coturnix confisa* y *Coturnix coturnix erlangeri*.

(CADENA COMERCIAL VIPRICA EN VENEZUELA,, s.f.) nos dice que: *Coturnix coturnix japónica*: es la codorniz japonesa que anida en la isla de Sakhaline y en el archipiélago del Japón y emigra a Siam, Indochina y Taiwán. En el siglo XIX fue introducida en Europa y Estados Unidos como ave de investigación y decorativa, alcanzando después importancia en la industria avícola. Esta ave es destinada a la producción de huevos por su alta productividad y

multiplicación. Se explota actualmente en Francia, Alemania, Inglaterra, Italia, Estados Unidos, Venezuela y Colombia.

Imagen 5: Clasificación de la especie codorniz

Reino:	Animal
Tipo:	Vertebrado
Clase:	Ave
Subclase	Carenadas
Orden	Gallináceas
Familia	Phasianidae
Género:	<i>Coturnix</i>
Especie:	<i>coturnix japónica</i>
Nombre común:	Codorniz

Reino:	Animal
Tipo:	Vertebrado
Clase:	Ave
Subclase	Carenadas
Orden	Gallináceas
Familia	Phasianidae
Género:	<i>Coturnix</i>
Especie:	<i>coturnix coturnix</i>
Nombre común:	Codorniz salvaje

Fuente: pdfslide

Elaborada por: Cadena Comercial Viprica En Venezuela-

Esto nos dice (JIBAJA BENAVIDES, 2011) Un huevo de codorniz equivale en proteínas y vitaminas a un vaso de 100cm³ de leche y contiene mayor cantidad de hierro por su elevada riqueza en minerales y vitaminas y posee un 97% de digestibilidad y un mínimo contenido de colesterol, el consumo resulta indicado tanto para niños como para adultos, anciano y personas convalecientes.

1.2.2. Productos Y Elaboración

La (Organización de las Naciones Unidad para la Alimentación (FAO), s.f.)Nos dice que la carne y los huevos de aves de corral se encuentran entre los alimentos de origen animal más consumidos en el mundo, en culturas, tradiciones y religiones muy diversas. El consumo de carne y huevos de aves de corral, y de alimentos de origen animal en general, ha aumentado rápidamente en las últimas décadas. El incremento de la demanda ha de atribuirse principalmente al crecimiento demográfico, la urbanización y el aumento de los ingresos en los países en desarrollo. El pollo domina el consumo mundial de carne porque es asequible, tiene un bajo contenido de grasa y se enfrenta a pocas restricciones religiosas y culturales.

La demanda de carne y huevos de aves de corral debería de seguir aumentando debido al crecimiento demográfico y al aumento del consumo individual. Según las previsiones, el mercado de la carne de aves de corral crecerá independientemente

de la región o el nivel de ingresos, con un crecimiento per cápita ligeramente superior en los países en desarrollo que en las regiones desarrolladas.

La carne y los huevos de aves de corral contribuyen a la nutrición humana al proporcionar proteínas de alta calidad y bajo nivel de grasas, además de ácidos grasos deseables. Los habitantes urbanos y periurbanos en general comen aves de corral criadas en sistemas intensivos, ya sea de producción local o importada, pero existen mercados especializados para las aves de corral y los productos avícolas autóctonos. En las zonas rurales de los países en desarrollo, la mayoría de los hogares consumen carne y huevos de sus propias parvadas, que generalmente son pequeñas, de aves autóctonas.

1.2.3. Sanidad Animal

Según la (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO), s.f.) Las enfermedades que afectan a las aves de corral pueden tener repercusiones devastadoras en la productividad, en la producción y en el comercio de aves vivas, carne y otros productos avícolas. Algunos patógenos de las aves de corral son zoonóticos y pueden afectar a la salud humana. Es fundamental disponer de la capacidad para diagnosticar las causas de las pérdidas por enfermedad de aves de corral y para reconocer rápidamente una enfermedad emergente. Los patógenos aviarios no reconocen fronteras nacionales, sólo los centros de producción y sus planes de control de enfermedades. Por lo tanto, los criaderos comerciales de aves de corral deben disponer de defensas avanzadas para excluir la introducción de agentes patógenos mediante programas de bioseguridad.

Las deficiencias en materia de bioseguridad en los centros de producción y de diagnóstico de enfermedades predisponen a los patógenos emergentes a transformarse en amenazas de enfermedades endémicas, como ha ocurrido en la última década con la influenza aviar en algunos de los países afectados. El establecimiento de un centro nacional de salud avícola es un paso clave hacia el desarrollo de la capacidad de los laboratorios veterinarios y de campo para el diagnóstico de las enfermedades. Una unidad con funciones designadas en servicios de diagnóstico, información sobre enfermedades y servicios extensión sobre el terreno puede impulsar la prestación de servicios integrados de salud

avícola durante la producción a todos los sectores de la producción de aves de corral. Una red de salud avícola en la que participen, en estrecha colaboración, tanto el sector público como el privado, probablemente asegurará una interfaz viable con los pequeños productores avícolas.

1.2.4. Bienestar Animal

La (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO), s.f.) Nos dice que El bienestar de las aves de corral es importante por razones éticas y prácticas. Desde una perspectiva ética, las aves de corral tienen un grado suficiente de conciencia o "sensibilidad" para experimentar dolor si están mal de salud, o privación si están mal alojadas. Desde un punto de vista práctico, los consumidores valoran el bienestar de las aves de corral, por lo que los productores que garantizan el bienestar de sus parvadas pueden tener un mejor acceso al mercado.

En los sistemas intensivos de aves de corral se ha avanzado mucho en las últimas décadas en lo que se refiere a la elaboración de métodos válidos para medir el bienestar de las aves. La investigación científica sobre la capacidad de supervivencia y las preferencias de los pollos ha permitido elaborar medidas que pueden utilizarse para comprobar el bienestar de las gallinas ponedoras y los pollos de engorde en las explotaciones comerciales. La medición precisa es el primer paso para lograr la mejora del bienestar. Existen poderosos incentivos económicos para intervenir cuando se detectan problemas, ya que la mejora del bienestar a menudo se traduce en una mejora de la producción.

En los sistemas avícolas extensivos a pequeña escala de los países en desarrollo, las aves provienen principalmente de razas autóctonas y, por lo tanto, están mejor preparadas para hacer frente a los retos del entorno local que las razas comerciales. Sin embargo, la transmisión de enfermedades es elevada y causa enfermedades y mortalidad entre las aves. Otras preocupaciones comunes sobre el bienestar son la inadecuada nutrición y la falta de acceso a agua limpia y fresca. En climas cálidos, las aves pueden tener dificultad para permanecer al fresco a menos que se les proporcione un refugio natural o artificial.

1.2.5. Producción de huevos en el Ecuador

Según los datos obtenidos de la (Corporación Nacional De Avicultores Del Ecuador, 2019) nos indican por medio de datos estadísticos hasta el año 2019 en el cual nos muestran la siguiente información.

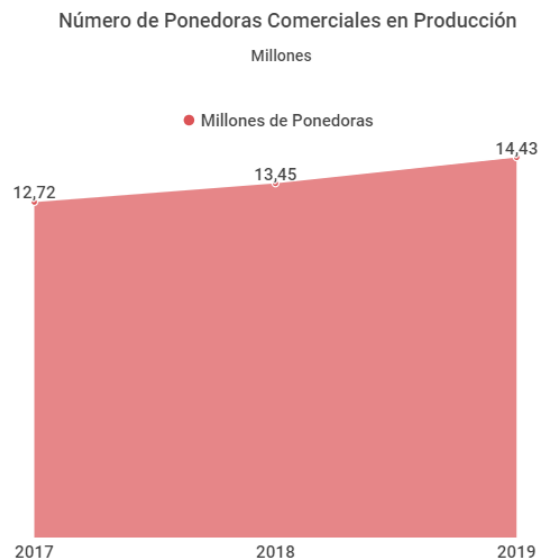
Imagen 6: Consumo per cápita de huevos al año.



Fuente: CONAVE
Elaborado por: CONAVE

Segun esta informacion nos muestra que en el Ecuador el consumo de huevos anual por habitante ha ido en aumento desde el año 2017 hasta el 2019.

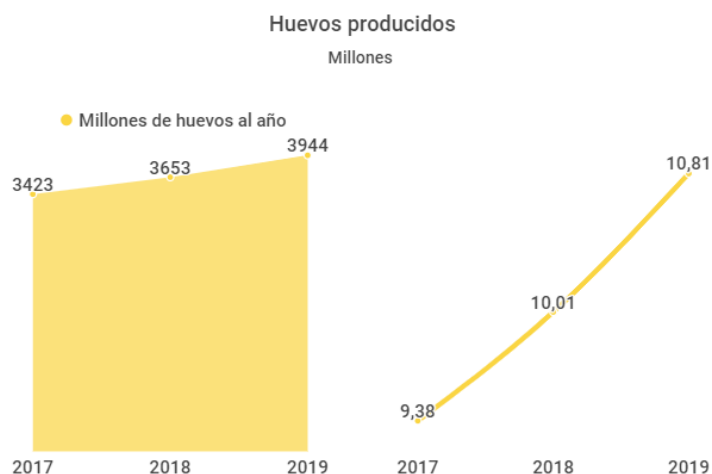
Imagen 7: Número de aves ponedoras en los años 2017-2019



Fuente: CONAVE
Elaborado por: CONAVE

Según la imagen de las estadísticas muestra que del 2017 hasta el 2019 el número de aves ponedoras fue en aumento.

Imagen 8: Cifras de huevos producidos en el periodo 2017-2019



Fuente: CONAVE
Elaborado por: CONAVE

Según cifras mostradas nos dice que la producción de huevos dentro del país ha ido en aumento en los años 2017 hasta el 2019.

1.2.6. Datos De Exportación E Importación De Huevos Y Derivados En El Mundo

En el Ecuador no ha existido exportaciones de huevos de codorniz es por esto que se tomara como referencias los datos de los principales países exportadores e importadores del mundo.

Según los datos que se lograron encontrar se han elaborado las siguientes tablas y gráficos que se muestran a continuación:

Tabla 1: Principales países importadores en el periodo 2017-2021

PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES				
	MEXICO	ESTADOS UNIDOS	AUSTRALIA	JAPON
2017	156	6964	75	72
2018	142	7629	80	52
2019	28	7635	71	51
2020	174	7114	81	59
2021	25	1159	23	15

Fuente:

Elaborada por: el autor

Gráfico 1: Principales países que importan huevos y derivados.



Fuente:

Elaborada por: el autor

Uno de los países que tienen un mayor número de importación de huevos y derivados en los últimos años es Estados Unidos, seguido de México que ocuparía un segundo lugar y tercero y cuarto lugar están Australia y Japón respectivamente.

Siendo Estados Unidos el principal país importador de huevos y derivados nos daría como objetivo principal el poder exportar huevos y derivados, pero siendo un país con un gran número de importación de este producto generaría que exista mucha competencia entre otros países exportadores, esto nos indicaría que tendríamos tres de los siguientes países para poder exportar huevos y derivados. Analizando entre los tres últimos países se tomaría Japón ya que este país es uno de los países en los que su comida es muy variada y exótica se tomaría como el objetivo principal a nuestra exportación.

Tabla 2: Cuadro de importaciones de huevos y derivados en Japón en los 3 primeros meses del año 2021.

IMPORTACIÓN DE LOS PRIMEROS 3 MESES DE JAPÓN EN EL AÑO 2021	
Etiquetas de fila	Cuenta de QUANTITY
2021	15
1	5
2	5
3	5
Total, general	15

Fuente:

Elaborada por: el autor

El cuadro mostrado anteriormente nos muestra que en los tres primeros meses del año 2021 las importaciones de Japón de huevos y derivados han sido de cinco por mes dando un total de 15 importaciones en los tres primeros meses.

Tabla 3: Principales países exportadores 2017-2021

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES		
	CANADA	ESTADOS UNIDOS
2017	321	3034
2018	365	2650
2019	342	2591
2020	287	2700
2021	87	434

Fuente:

Elaborada por: el autor

Gráfico 2: Principales países exportadores de huevos y derivados.



Fuente:

Elaborada por: el autor

Según nos muestra la tabla y gráfico anterior nos da a entender que, así como Estados Unidos importa huevos y derivados, también exportan, aunque comparando con sus importaciones se demostraría que existen más importaciones.

1.2.7. Datos de importación de huevos en Japón

Según datos obtenidos por medio de la página de Trade Map se podrá saber las importaciones existentes en Japón en los últimos 5 años bajo la subpartida utilizada.

Tabla 4: datos de importaciones en los últimos 5 años bajo la subpartida 040721.

Exportadores	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
Alemania	629	962	1051	1080	1341
Estados Unidos de América	700	1102	1000	1528	1241
Tailandia	0	0	0	0	12
Australia	147	0	0	0	0
Brasil	3416	1472	0	0	0

Fuente: Trade Map.

Elaborado por: Trade Map.

Según los datos encontrados en la página de Trade Map nos muestra que siendo Brasil uno de los países principales en la comercialización con Japón durante los dos últimos años no realizó ninguna exportación hacia Japón. Pero Alemania y Estados Unidos se han mantenido con sus exportaciones hacia Japón lo cual los convierte en los principales exportadores de productos con la partida 040721.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

Alimentación saludable

Es el ingerir una variedad de alimentos que brinden los nutrientes necesarios para mantenerse sano y saludable. Esos nutrientes son: los carbohidratos, las grasas, el agua, las proteínas, las vitaminas y minerales.

Agrocalidad

Es la palabra que se usa para definir los requisitos que deben de cumplir los productos provenientes de la agricultura, ganadería o acuicultura. También es el término de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario del Ecuador.

Avícola

Establecimiento agropecuario diseñado para la cría de aves de corral tales como el pollo, pavo, pato, codornices y gansos. Creados con el propósito de usarlas para ser comercializadas como alimento su carne o recolectando sus huevos.

Codorniz

Ave galliforme de pequeño tamaño de cuerpo rechoncho que posee patas y alas cortas. Normalmente de color parduzco, perteneciente a la familia de los faisanes.

Coturnicultura

Hace referencia a la producción, aprovechamiento, cría y cuidado de las aves de especie codorniz, en el cual durante su cuidado se aprovechan sus derivados como la carne, la codornáza y avicultura de huevos.

Exportación

Es un conjunto de bienes y servicios producidos por un país el cual envía como mercancía a un país extranjera para su compra o utilización.

Innovación

Es un proceso el cual modifica ideas, elementos y protocolos ya existentes, mejorando o aplicando nuevas opciones que suplan la necesidad de los consumidores o inclusive crear un nuevo producto con la finalidad de que tenga éxito en el mercado.

Logística

Se define como todas las operaciones posibles que se llevan a cabo para que un producto llegue al consumidor.

Ovoproductos

Se denomina a los derivados del huevo después de haber pasado por un proceso en el cual se elimina el riesgo sanitario, alarga la vida útil y facilita el manejo del huevo en industrias alimentarias. Ya sea entero o ciertas partes de él.

Plan de exportación

Es una guía que orienta al empresario hacia qué mercado exportar su producto o servicio de una forma competitiva.

Producto no tradicional

Son aquellos productos los cuales requieren un proceso de un alto valor agregado. En otras palabras, productos que se deben exportar por grandes cantidades debido a que para su elaboración requieren insumos, inversiones, proceso logístico o mayor cantidad de personal para su elaboración.

Producto tradicional

Son aquellos productos que no poseen un valor agregado durante su proceso de producción y que para su obtención no es muy significativo como para la transformación de la esencia natural. Como el: cacao y la azúcar.

Tratados internacionales

Es un acuerdo entre dos o más países con el fin de mejorar sus relaciones económicas e impulsar el intercambio comercial.

1.4. MARCO JURÍDICO

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

TITULO I

ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO

Capítulo primero

Principios fundamentales

Art. 3. “Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes. [...]”
(Constitución De La Republica, 2018, pág. 16)

Capítulo Segundo

Derechos del buen vivir

- **Sección primera**
- **Agua y alimentación**

Art. 13.- “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.” (Constitución De La Republica, 2018, pág. 24)

- **Sección séptima**
- **Salud**

Según la (Constitución De La Republica, 2018)

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir. [...] (pág. 29)

TÍTULO VI

RÉGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo tercero

Soberanía alimentaria

De acuerdo con la (Constitución De La Republica, 2018) indica en:

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.
6. Promover la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.
7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.
8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiadas para garantizar la soberanía alimentaria.
9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.
10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.

11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.

12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente.

13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras. (págs. 138,139)

Sección séptima

Política comercial

de acuerdo con la (Constitución De La Republica, 2018)

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados. (pág. 146)

Art. 305.- “La creación de aranceles y la fijación de sus niveles son competencia exclusiva de la Función Ejecutiva.” (Constitución De La Republica, 2018, pág. 146)

En la (Constitución De La Republica, 2018) garantiza la promoción de las empresas según el:

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (pág. 146)

Aporte conceptual:

Según los artículos antes mencionados que se encuentran en la constitución de la república nos recuerda que dentro de nuestros derechos como ciudadanos del Ecuador es a que no exista la discriminación alguna y exista una alimentación equitativa entre todos los ecuatorianos, es por esto que dentro del país existen empresas agrícolas quienes aparte de poder brindarnos alimento dentro del país ayuda al consumo de productos ecuatorianos y su comercialización externa aportando a la economía en el país. En la cual nos recalca en el artículo 281 donde nos recuerda que se debe impulsar la comercialización de productos elaborados, producidos y cultivados dentro del país, por tal motivo el estado se encarga de generar leyes y aranceles adecuados para evitar el consumo excesivo de productos extranjeros. Es por esto que dentro del país se han tomado medidas para poder impulsar el desarrollo nacional, tal como son los créditos a las microempresas para que exista más producción nacional y en algún momento pueden extenderse a lo internacional apoyando así las exportaciones de productos con responsabilidad ambiental.

Se tomaron referencias estos artículos ya que nos señala el apoyo que debe tener la aplicación de una empresa dentro del Ecuador para poder incentivar el producto ecuatoriano.

PLAN DE CREACIÓN DE OPORTUNIDADES 2021-2025

Objetivo 2: Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.

Metas al 2025

Esto dice el (Plan de Creación de Oportunidades, 2021)

2.1.1. Incrementar las exportaciones altas, media, baja intensidad tecnológica per cápita de 42,38 en al 51,31

2.1.2. Incrementar la participación de las exportaciones no tradicionales en las exportaciones no petroleras totales del 41,16% al 48,36%. [...]. (pág. 52)

Objetivo 3: fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícolas, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular.

Lineamientos territoriales

Pol. 3.2.

Nos dice el (Plan de Creación de Oportunidades, 2021)

E9. potenciar los encadenamientos productivos entre el área urbana y rural, facilitando la creación de productos asociados a la biodiversidad, priorizando a los micro y pequeños productores.

E19. Potenciar las capacidades endógenas de los pequeños productores por medio de acceso a créditos, asistencia técnica permanente, tomado en cuenta las particularidades locales.

E20. Promover y fortalecer redes productivas relacionadas con agroindustria y la economía popular y solidaria. (pág. 54)

Aporte textual:

Según relata el plan de creación de oportunidades anteriormente nos muestra que con el gobierno actual se planea impulsar las exportaciones de productos que no provengan del petróleo ayudando a abrir paso a los demás productos existentes en Ecuador.

Con esto se quiere poder impulsar a nuevos productos como es el caso de esta investigación el poder llegar a otros países, siendo un producto no petrolero y no tradicional nos ayudara a impulsar a más productores en la opción de exportar sus productos..

CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIÓN

LIBRO III

DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACION DE LA PRODUCCION.

TITULO I

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Capítulo I

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

En el presente artículo él (Codigo Organico De La Producción Comercio E Inversión, 2017) nos dice:

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES. - La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento. (pág. 23)

TITULO II

De la Democratización de la Transformación Productiva y el Acceso a los Factores de Producción

Según el (Codigo Organico De La Producción Comercio E Inversión, 2017) en el:

Art. 59.- Objetivos de democratización. - La política de democratización de la transformación productiva tendrá los siguientes objetivos:

a. Fomentar y facilitar el acceso de los ciudadanos ecuatorianos a la propiedad y transformación de los medios productivos; [...]

c. Apoyar el desarrollo de la productividad de las MIPYMES, grupos o unidades productivas organizadas, por medio de la innovación para el desarrollo de nuevos productos, nuevos mercados y nuevos procesos productivos; [...]

e. Apoyar el desarrollo de procesos de innovación en las empresas ecuatorianas, a través del diseño e implementación de herramientas que permitan a las empresas ser más eficientes y atractivas, tanto en el mercado nacional como en el internacional;

f. Incentivar y atraer inversiones que generen desarrollo local y territorial, mayores encadenamientos productivos con equidad, una inserción estratégica en el mercado internacional, empleo de calidad, innovación tecnológica y democratización del capital; [...]

j. Incentivar la redistribución y eliminación de desigualdades en el acceso a los factores de producción, entre los sectores discriminados;

k. Promover medidas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción;

l. Fomentar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción;

m. Apoyar el fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética que genere empleo y valor agregado; y, [...]

Las iniciativas que se buscan fomentar con estos mecanismos serán aquellas que realicen transformación productiva y agregación de valor. El reglamento a este Código establecerá los parámetros técnicos y requisitos que deberán cumplir los particulares y las empresas que se involucren en estos procesos. (págs. 25,26)

LIBRO IV

DEL COMERCIO EXTERIOR, SUS ORGANOS DE CONTROL E INSTRUMENTOS

TITULO I

De la Institucionalidad en Materia de Comercio Exterior

Según nos dice el (Codigo Organico De La Producción Comercio E Inversión, 2017)

Art. 72.- Competencias. - Son deberes y atribuciones del organismo rector en materia de política comercial, las siguientes:

a. Formular y aprobar las políticas y estrategias, generales y sectoriales, en materia de comercio exterior, fomento y promoción de las exportaciones, así como designar a los organismos ejecutores; [...]

e. Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, en los casos

previstos en este Código y en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por el Estado ecuatoriano;

f. Expedir las normas sobre registros, autorizaciones, documentos de control previo, licencias y procedimientos de importación y exportación, distintos a los aduaneros, general y sectorial, con inclusión de los requisitos que se deben cumplir, distintos a los trámites aduaneros;

g. Aprobar y publicar la nomenclatura para la clasificación y descripción de las mercancías de importación y exportación;

h. Establecer los parámetros de negociación comercial internacional en materia de origen; [...]

o. Promover la creación de un sistema de certificaciones ambientales de productos agrícolas e industriales, para efectos de acceso a mercados internacionales, en coordinación con la autoridad ambiental nacional;

p. Aprobar la normativa que, en materia de política comercial, se requiera para fomentar el comercio de productos con estándares de responsabilidad ambiental; [...]

s. Promover exportaciones e importaciones ambientalmente responsables; y,

t. Las demás que se establezcan en este Código. (págs. 28,29)

TITULO IV

Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones

Según nos dice el (Codigo Organico De La Producción Comercio E Inversión, 2017)

Art. 93.- Fomento a la exportación. - El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los

países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;

b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;

c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;

d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;

e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,

f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes. (pág. 34)

LIBRO V

DE LA COMPETITIVIDAD SISTEMICA Y DE LA FACILITACION ADUANERA

TITULO II

De la Facilitación Aduanera para el Comercio De lo Sustantivo Aduanero

Capítulo II

De la Obligación Tributaria Aduanera

Según el (Codigo Organico De La Producción Comercio E Inversión, 2017)

Art. 108.- Tributos al Comercio Exterior. - Los tributos al comercio exterior son:

- a.** Los derechos arancelarios;
- b.** Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y,
- c.** Las tasas por servicios aduaneros.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, establecerá exenciones, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se regirán por los principios del Derecho Tributario. (pág. 38)

Esto dice el (Codigo Organico De La Producción Comercio E Inversión, 2017)

Art. 109.- Nacimiento de la Obligación Aduanera. - La obligación aduanera nace con el ingreso de mercancías al territorio aduanero, o con la salida de mercancías de dicho territorio, que se encuentran sometidas a la potestad aduanera. Dicha obligación se perfecciona en el momento de producirse la aceptación de la declaración aduanera de mercancías por parte del sujeto activo o en el momento en que se constate que se generó la misma. (pág. 38)

Esto establece el (Codigo Organico De La Producción Comercio E Inversión, 2017)

Art. 113.- Exigibilidad de la Obligación Aduanera. - La obligación aduanera es exigible:

- a) En las declaraciones aduaneras de importación o exportación, desde el día en que se autoriza el pago.
- b) En las tasas por servicios aduaneros, desde la fecha en que se autoriza el pago en la liquidación.
- c) En los demás casos desde el día hábil siguiente al de la notificación de la liquidación complementaria o acto administrativo correspondiente. (pág. 39)

Aporte textual:

En el código orgánico de la producción comercio e inversiones se tocan muchos temas en los cuales uno de ellos recalca lo que se ve en la constitución de la república donde nos dicen que se fomenta la producción de pequeñas, medianas y grandes empresas, pero nos recalca que tienen también obligaciones existentes en las empresas y que deben de cumplir a cabalidad, en el artículo 93 nos recuerda que existe la incentivación de los productos ecuatorianos y nos muestra los derechos existentes que deben poseer las empresas para poder efectuar una exportación.

Es por esto que los artículos mencionados anteriormente pueden ayudar de guía a la Avícola Paredes ya que al ser una empresa que no tiene conocimientos en los temas de exportación puede conocer los derechos a los que se puede regir al comenzar una exportación.

REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY ORGANICA DE SANIDAD AGROPECUARIA

TITULO I

NORMAS GENERALES

CAPITULO I

OBJETO, AMBITO DE APLICACION Y DEFINICIONES

Esto nos dice el (Reglamento General De La Ley Organica De Sanidad Agropecuaria, 2019)

Art. 3.- Definición de términos. - Además de las definiciones de la Ley se aplicarán las siguientes:

1. Actividades agropecuarias: Refiérase a las labores y acciones que se realizan a lo largo de la cadena productiva en el sector agropecuario en el ámbito fitosanitario, zoonosanitario y de inocuidad de alimentos. [...]

13. Categoría de Riesgo Zoonosanitario: Clasificación de las mercancías pecuarias según el riesgo zoonosanitario que posee, para vehicular agentes etiológicos de enfermedades que constituyan riesgo para la sanidad animal y la salud pública, y permite determinar los requisitos sanitarios a cumplir en el proceso de exportación e importación. [...]

15. Certificado fitosanitario de Exportación: Documento emitido por la Agencia, que avala el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios de exportación de plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados, establecidos por la organización de protección fitosanitaria del país importador.

16. Certificado Zoonosanitario de Exportación: Documento emitido por la Agencia en el cual se detalla el cumplimiento de los requisitos zoonosanitarios que amparan la exportación de mercancías pecuarias, sobre la base de las exigencias establecidas por el país importador.

17. Contenedor para el transporte de productos y sub productos cárnicos: recipiente de carga para el transporte multimodal que protegen las mercancías de la climatología y que están acondicionados para transportar productos y sub productos cárnicos de acuerdo con la normativa. [...] (págs. 3,4y5)

Aporte textual:

En el reglamento general de la ley orgánica de sanidad y agropecuaria nos muestra las leyes que deben de existir y aplicarse con relación a una avícola ya que debe de existir certificados y obligaciones que se deberían poseer en la comercialización de un producto que sea de alimentación.

LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

CAPITULO VIII

DE LAS MARCAS

SECCION I

DE LOS REQUISITOS PARA EL REGISTRO

Según la (LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL, 1948)

Art. 194. Se entenderá por marca cualquier signo que sirva para distinguir productos o servicios en el mercado.

Podrán registrarse como marcas los signos que sean suficientemente distintivos y susceptibles de representación gráfica.

También podrán registrarse como marca los lemas comerciales, siempre que no contengan alusiones a productos o marcas similares o expresiones que puedan perjudicar a dichos productos o marcas.

Las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos, podrán registrar marcas colectivas para distinguir en el mercado los productos o servicios de sus integrantes. (pág. 44 y 45)

Aporte textual

Esta ley nos ayuda para el registro de la marca de la Avícola Paredes y que sea una marca registrada según el reglamento de la ley de propiedad intelectual.

AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL FITO Y ZOOSANITARIO

Resolución 0039

V. PROTECCIÓN Y SERVICIO DE ALIMENTOS:

Nos dice la (AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL FITO Y ZOOSANITARIO, 2020) que:

- Los establecimientos, sean estos públicos y privados deben realizar periódicamente análisis físicos, químicos y microbiológicos de acuerdo a un plan de muestreo técnicamente establecido por la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario con base a un análisis de riesgo, para verificar la inocuidad de los mismos.
- Los alimentos que se exhiben para la comercialización deben estar protegidos en vitrinas y/o cubiertos con campanas de malla metálica, material plástico y, en caso de ser necesario, refrigeración. [...] (pág. 7)

Aporte textual:

Siendo como prioridad nuestra salud esta resolución sacada en el año 2020 nos refiere a las medidas que se deberán aplicar en estos tiempos de pandemia a los productos dirigidos al consumo humano.

Capítulo II.

2. Metodología empleada

2.1. Tipo de enfoque de la Investigación

El tipo de enfoque de la investigación es una perspectiva desde la cual el investigador se aproxima al objeto de estudio en el cual los resultados variaran dependiendo de la técnica que se utilice.

2.1.1. Enfoque cualitativo

Se aplicó el método cualitativo ya que se ha empleado métodos como la entrevista la cual se ha realizado con la propietaria de la Avícola Paredes y también la observación ya que se ha realizado una visita a la Avícola y se conoce los procesos que ejecutan en ella para la obtención de los huevos de codorniz.

Con la entrevista a la propietaria del lugar se pudo obtener datos más exactos de cómo se manejan en el lugar, los trabajadores existen y su estabilidad en el mercado nacional. Aunque también se aplicó entrevistar a los trabajadores del lugar para recibir sus opiniones de lugar.

2.1.2. Enfoque cuantitativo

Se aplicó el método cuantitativo debido que a los datos obtenidos por la observación y la entrevista se podrá llegar a un determinado análisis de si la avícola está en capacidad de exportar su producto y también poder abastecer al mercado ecuatoriano.

Con la aplicación del método cuantitativo se pudo obtener datos estadísticos más exactos de cómo se encontraba la avícola para realizar una exportación. Utilizando encuestas se pudieron obtener la edad promedio de los trabajadores que existen dentro de la avícola.

2.1.3. Enfoque mixto

En la investigación se aplicó un enfoque mixto debido a que se han empleado ambos métodos anteriormente mencionados en los cuales se pensaron utilizar entrevistas para la obtención de datos más exactos de nuestra investigación, es por esto que con la

obtención de los datos y opiniones de las empresas en Japón se pudieron definir si existe un interés en el mercado japonés hacia los huevos de codorniz.

2.2 Observación

Con la aplicación del método de la observación se pudo obtener información de cómo es el manejo dentro de una avícola y como realizan sus funciones, los procesos que realizaran y poder saber si la empresa ejecuta los procesos de calidad y sanidad, ya sea tanto para el producto, las aves y los trabajadores.

Con el método de la observación se logró recabar datos de cómo es el lugar y su ambiente, como es el trato entre los propios trabajadores y demás, como es su logística dentro del establecimiento y su empaquetado para ser enviado a los supermercados.

Existiendo ocho galpones donde se encuentran las codornices en jaulas especiales en las cuales se las mantienen un aproximado de 6 meses, siendo el tiempo en que las codornices producen huevos.

Día 1: 26 de septiembre dentro del lugar existe una maquina mezcladora donde se mezcla todos los compuestos y se fabrica el alimento de las aves, los galpones están divididos en tres lugares donde existen un total de 9 trabajadores que se encargan todas las mañanas en la recolección de los huevos en las cestas donde se revisa si el huevo es apto para la venta, después de eso son empacados en pisos de 100 huevos cada uno hasta completar el cartón de 500 huevos, los cuales son para ser enviados a los comerciantes individuales.

Imagen 9: cajas de 500 huevos para la venta de comerciantes independientes.



Fuente y elaboración: la autora

Los huevos que son enviados a los supermercados son empacados en pequeñas cajas de 24 huevos, después son empacados en las cajas grandes donde caben 24 cajas para ser comercializados por el valor de \$2,80 en los comisariatos.

Imagen 10: caja de 24 unidades para envío a comisariatos.



Fuente y elaboración: la autora

Día 2: 27 de septiembre. Nos levantamos a las 5 de la mañana para estar listas a las 6 que es el horario en el cual se recolectan los huevos de codorniz el cual demoramos hasta las 9:30 hora la cual nos dirigimos a la oficina de la dueña del lugar para poder realizar la entrevista con la dueña del lugar la señora Judith Paredes la cual realizo unas llamadas a sus proveedores de los compuestos para los alimentos de las aves, después contabilizo los pagos y se dirigió a realizarlos.

2.3 Conclusión de la observación

Según la observación efectuado en la Avícola Paredes se ha podido llegar a una conclusión en las cuales se pudieron observar que la avícola carece de marca propia para su distribución, en donde las cajas de huevos divididas en cajas de 24 unidades se envían bajo la etiqueta de la marca comisariato, mientras que las cajas de 500 huevos se envían en cartones sin marca para su distribución a minoristas.

En la observación a las codornices se pudo observar que existen 8 galpones donde se encuentran aproximadamente 500 codornices que se encuentran ubicadas en jaulas especiales para que cuando la codorniz pone un huevo, el huevo sea expulsado de la jaula y se encuentren en buen estado.

En la parte administrativa la señora Jesenia administra personalmente junto a su asistente las actividades a realizar en el día, las cuentas y presupuestos para la alimentación y transporte de las codornices. En los cuales se pudo entender que necesita orientación para poder llevar a otro nivel a la avícola.

2.4 Técnicas de la recolección de datos y herramientas de investigación

Se realizaron la entrevista personalmente en la cual se tuvieron ayuda de una grabadora que se encontraba activada desde el principio de la entrevista hasta el final donde se utilizaron esas grabaciones para su transcripción de las respuestas a las preguntas, para así tener una información precisa y lograr que no se pierda ningún detalle de la información. Estas técnicas se aplicaron con las demás entrevistas que se realizaron a los demás colaboradores.

Para las encuestas se utilizaron plataformas virtuales en las cuales los usuarios seleccionados pudieron utilizar de forma libre la selección de sus respuestas y obtener un dato en físico de lo que se realizara, después de las encuestas se recopilaron todos los datos en una computadora donde por medio de la aplicación de cuadros estadísticos podremos analizar los datos que nos proporcionen.

2.5 Entrevista

NOMBRE	JESENIA PAREDES
CARGO	DUEÑA DE LA AVÍCOLA
EDAD	39 AÑOS
LUGAR	VICENTE ROCAFUERTE S/N Y GONZÁLEZ SUAREZ HUAMBALÓ, PELILEO 180405

Domingo 26 de septiembre del 2021: En la entrevista realizada a la señora Jesenia Paredes se recabó información sobre la producción de la avícola sus valores de producción y su interés al querer extender sus límites y poder llevar al extranjero sus productos, también se pudo comprobar que la propietaria desconoce sobre como iniciar exportaciones y es por esto que ha surgido los miedos de querer intentar, pero afirma que si se le presenta la oportunidad de enviar sus productos al extranjero invertirá en aumentar sus infraestructuras y llegar a producir las demandas que exigirían en el extranjero.

NOMBRE	RUFINA QUISPE
CARGO	TRABAJADORA (recolectora y empacadora).
EDAD	47 AÑOS

Lunes 27 de septiembre del 2021: En la entrevista realizada a la señora Rufina Quispe se pudo recabar información de la producción interna y conocer cómo se realiza la recolección de los huevos, en qué estado se encuentran las aves y cuál es el sistema que existe dentro de la avícola para el empaquetado de los huevos para ser enviados a distribuidores y comisariatos.

2.6 Encuestas

Se han aplicado las encuestas para saber el interés que existe de nuestro producto en Japón lo cual se obtuvo los siguientes resultados.

1 ¿sexo?

Tabla 5: Género.

SEXO	TOTAL
Hombre	10
mujer	0
Total	10

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 3: Género.



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor

Conclusión:

De acuerdo con las encuestas realizadas a empresas que comercializan con alimentos dentro de Japón, nos muestran como resultado que el 100% de los encuestados son

hombres, mientras que nos muestra que no existe porcentaje alguno de mujeres dentro de la encuesta.

2 ¿edad?

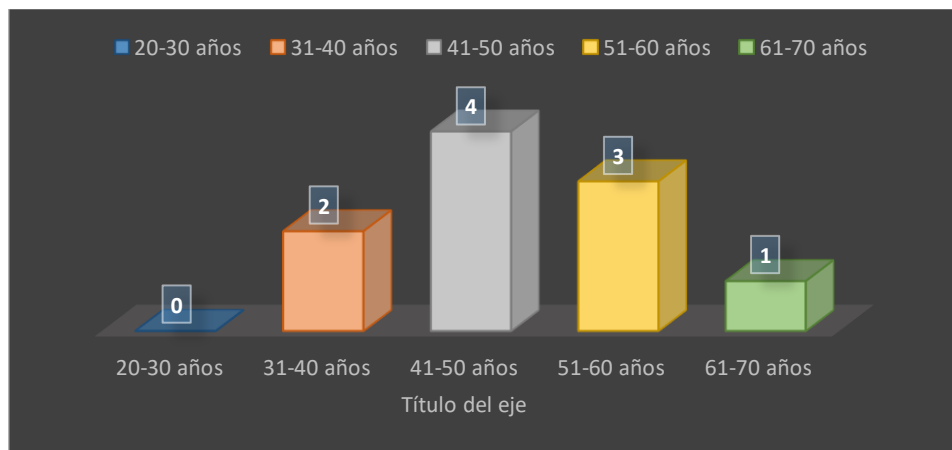
Tabla 6: edades.

Edades	Total
20-30 años	0
31-40 años	2
41-50 años	4
51-60 años	3
61-70 años	1
Total	10

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 4: Edades.



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Conclusión:

De acuerdo con los datos obtenidos a través de las encuestas nos muestra que dentro del rango de 20 a 30 años ningunos de los encuestados está dentro de esos rangos, mientras que en el rango de 31 a 40 años existen dos personas encuestadas, el mayor número de encuestados es de 4 personas existentes en el rango de 41 a 50 años, existen 3 personas dentro del rango de 51 a 60 años, y por último en el rango de 61 a 70 años existe solo 1 persona encuestada.

3. ¿comercializan con huevos?

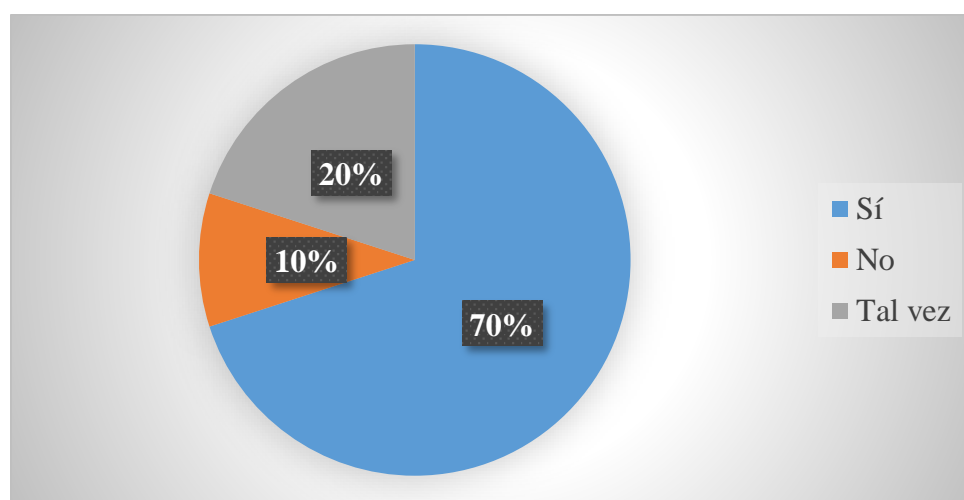
Tabla 7: comercializan con huevos.

Respuestas	Total
Sí	7
No	1
Tal vez	2
Total	10

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 5: comercializan con huevos.



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Conclusión:

Según los valores que se muestran en el gráfico anterior nos dice que el 70% de los encuestados sí comercializan con algún tipo de huevo, el 20% de ellos respondieron que tal vez comercializan con huevos, y solo el 10% de los encuestados respondieron que no comercializan con huevos.

4. ¿En qué época del año se comercializan más?

Tabla 8: épocas de más comercialización.

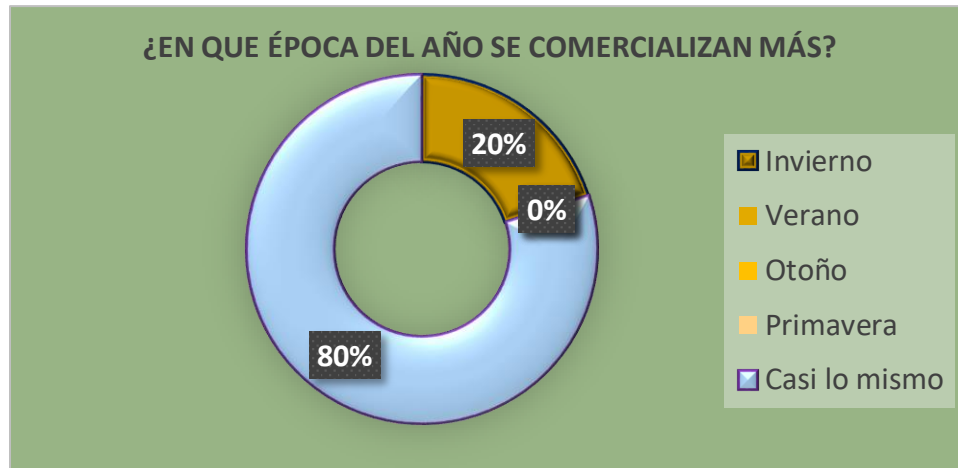
Respuestas	Total
Invierno	2
Verano	0
Otoño	0
Primavera	0
Casi lo mismo	8

Total	10
--------------	-----------

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 6: Épocas de más comercialización.



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Conclusión:

De acuerdo con las respuestas contestadas por los empresarios nos dicen que los huevos son consumidos igualmente en cada época de año con el 80% de los valores obtenidos, mientras que el 20% nos dice que han obtenido mayor ventas en épocas de invierno.

5 ¿Existen otros tipos de huevos que comercialice a parte del de gallina?

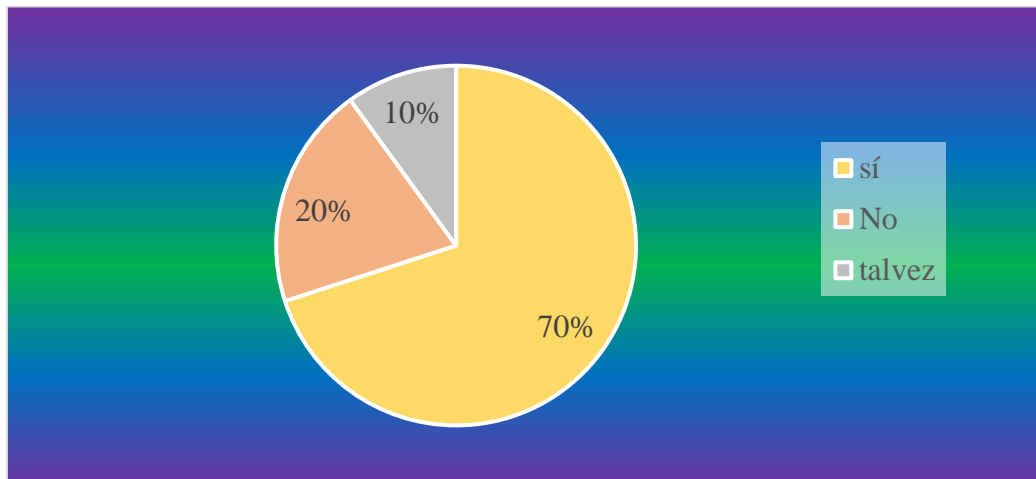
Tabla 9: tipos de huevos que comercializan.

Respuestas	Total
Sí	7
No	2
Tal vez	1
Total	10

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 7: tipos de huevos que comercializan.



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Conclusión:

El 70% de los encuestados nos dicen que, si comercializan con otra especie de huevo, el 20% nos respondió que no comercializan con otros tipos de huevos, mientras el 10% de ellos dijo que tal vez se comercializa.

6 ¿Han escuchado de los huevos de codorniz?

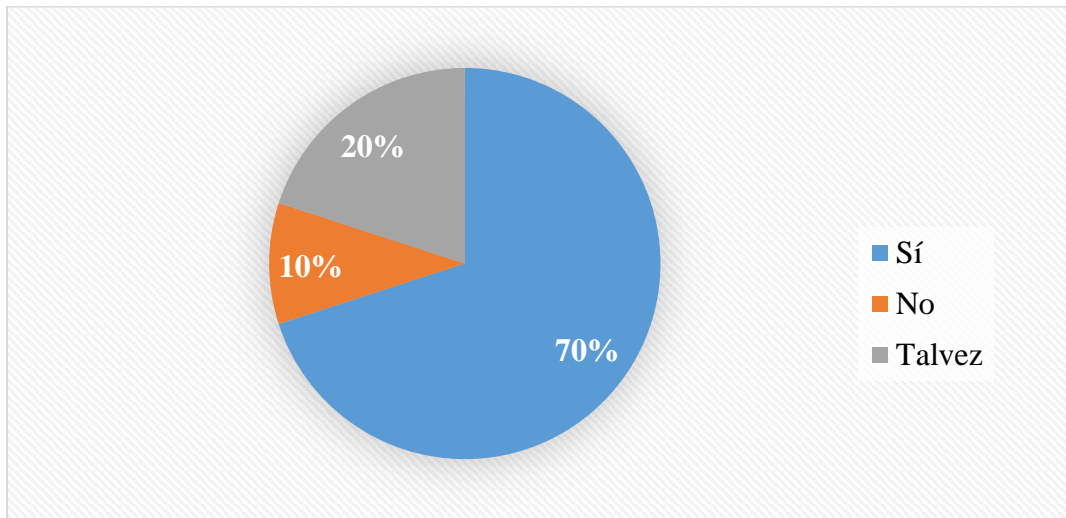
Tabla 10: Han escuchado de los huevos de codorniz.

Respuestas	Total
Sí	7
No	1
Tal vez	2
Total	10

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 8: Han escuchado de los huevos de codorniz.



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Conclusión:

Según los resultados obtenidos nos dicen que existe el 70% de los encuestados que, si han escuchados sobre los huevos de codorniz, el 20% nos dice que tal vez si han escuchados sobre ellos, y el 10% de ellos dicen que no ha escuchado de los huevos de codorniz.

7 ¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz?

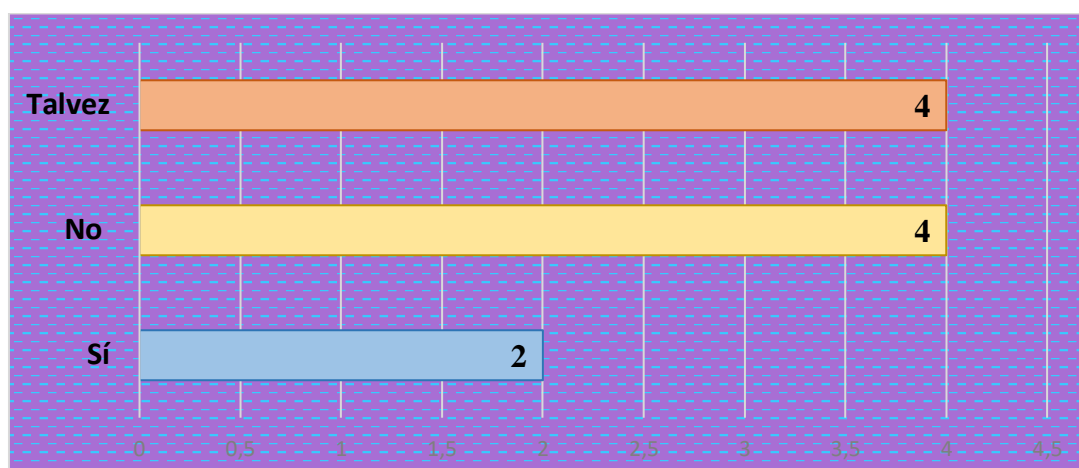
Tabla 11: Beneficio de los huevos de codorniz.

Respuestas	Total
Sí	2
No	4
Tal vez	4
Total	10

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 9: Beneficios de los huevos de codorniz.



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Conclusión:

De las 10 personas encuestadas nos dicen que 4 de ellas desconocen acerca de los beneficios de los huevos de codorniz, otros 4 de los encuestados dicen que tal vez sepan acerca del tema, mientras que solo 2 de ellos saben sobre sus beneficios.

8 ¿Le gustaría importar huevos de codorniz?

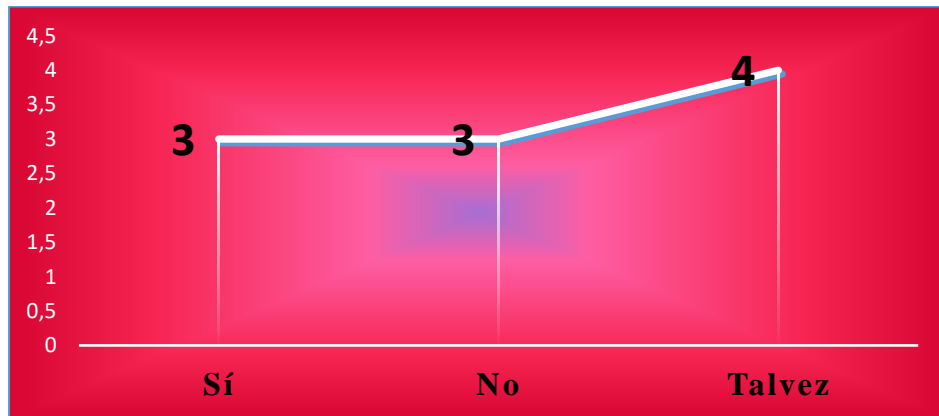
Tabla 12: ¿le gustaría importar huevos de codorniz?

Respuestas	Total
Sí	3
No	3
Tal vez	4
Total	10

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 10: ¿le gustaría importar huevos de codorniz?



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Conclusión:

El 30% de los encuestados afirman que, si desearan poder importar huevos de codorniz, por otro lado, existe otro 30% que dicen no estar dispuestos a importar, y existen 40% de los encuestados que dicen estar tal vez interesados en importarlos.

9 ¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes?

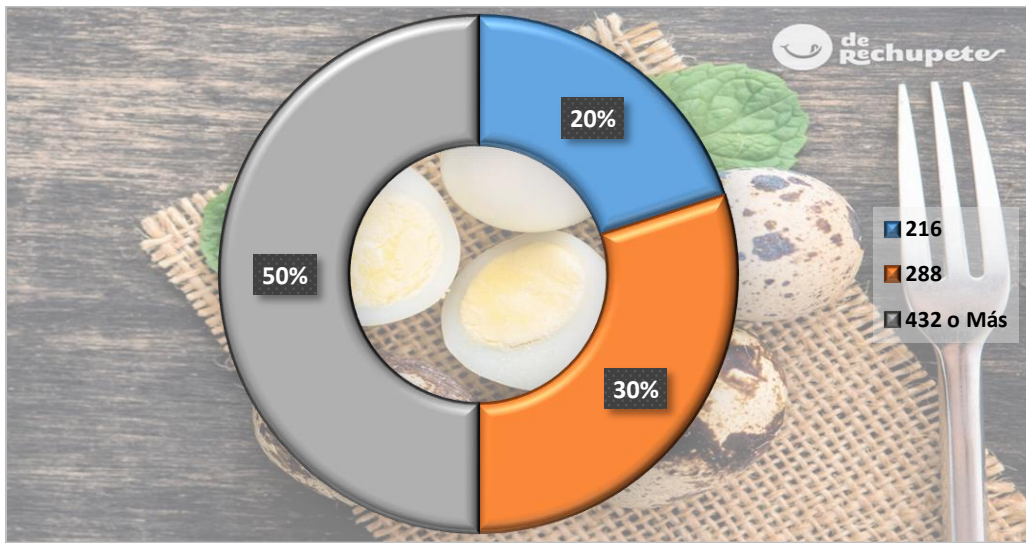
Tabla 13: ¿cuántas cajas de 24 importaría al mes?

Respuestas	Total
216	2
288	3
432 o más	5
Total	10

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 11: ¿cuántas cajas de 24 importaría al mes?



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Conclusión:

Según las encuestas realizadas nos refleja que el 50% de ellos estarían interesados en importar en el rango de 432 o más, mientras que el 30% de ellos dicen que estarían interesados entre 288 por mes y el 20% dice que solo importarían unas 216 cajas al mes.

10 ¿Estaría dispuesto a importar por contenedor?

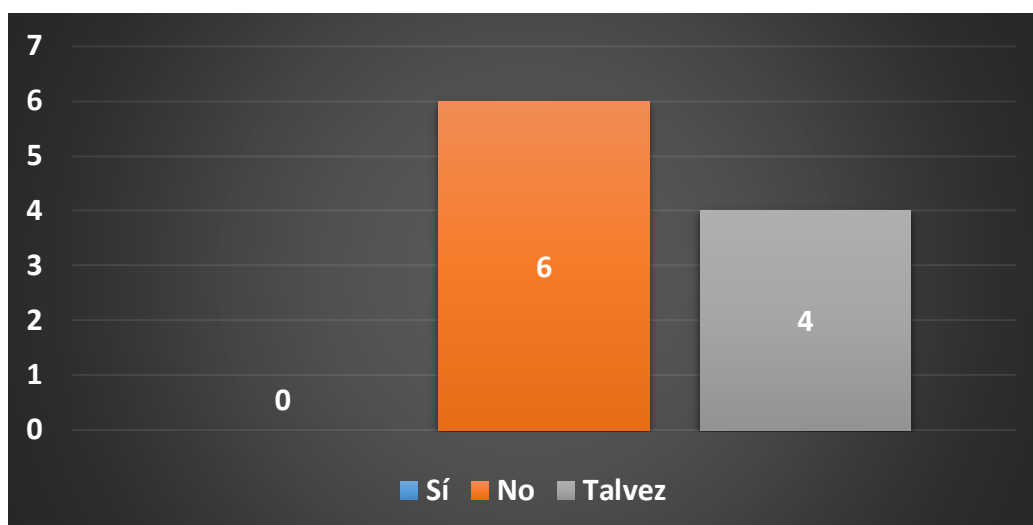
Tabla 14: ¿Importaría por contenedor?

Respuestas	Total
Sí	0
No	6
Tal vez	4
Total	10

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 12: ¿Importaría por contenedor?



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Conclusión:

De los 10 encuestados 6 de ellos nos dicen que no estarían dispuestos a importar por contenedor y 2 de ellos dicen que tal vez importarían por contenedor, mientras 0 de ellos importarían por contenedor.

11 ¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 paquetes es de \$ 60,00.

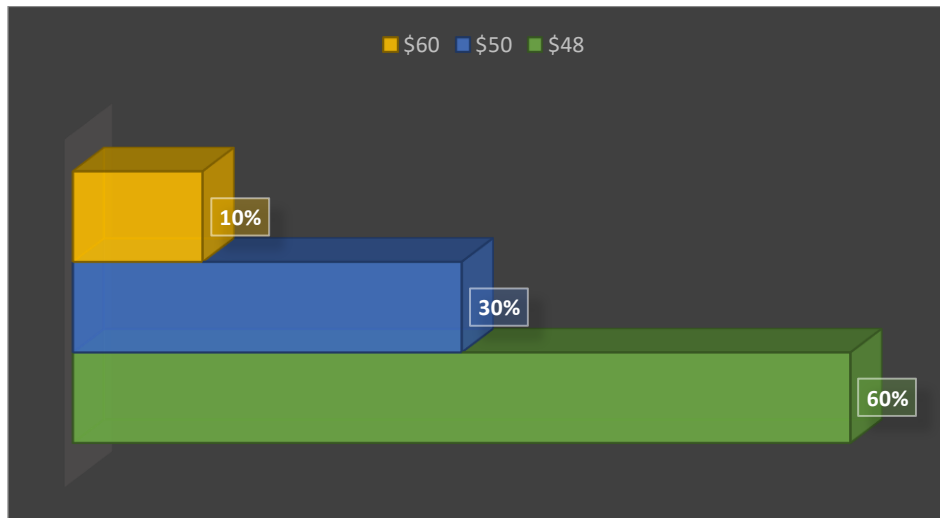
Tabla 15: ¿qué valor estaría dispuesto a pagar?

Respuestas	Total
\$60	1
\$50	3
\$48	6
Total	10

Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Gráfico 13: ¿qué valor estarías dispuesto a pagar?



Fuente: empresas japonesas.

Elaborado por: el autor.

Conclusión:

Solo el 10% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$60 por caja de 24 unidades, mientras que el 60% de ellos afirman que pagarían \$48 por cada una de ellas y el 30% de las personas dicen que estarían dispuestos a pagar \$50.

2.7 Técnicas de la investigación y fuentes

Para la delimitación de lo que se planeaba realizar se tomó como método de análisis el FODA en la cual se analizó los tipos de oportunidades que se podrán lograr si se realizara una exportación de huevos de codorniz y las amenazas que podrían generarse si se lo logra. El análisis del FODA es más para ponernos las interrogantes de que son más, las amenazas o las fortalezas que existen en la elaboración de un plan de exportación.

Con el análisis del CAPA se pensó realizar una medición de cuanto es la necesidad o la intención de la realización de una guía de exportación de huevos de codorniz hacia Japón con las cuales podremos medir el espíritu de emprender hacia territorio extranjero con un nuevo producto el cual no ha sido exportado y se podría realizar su primera exportación.

Con el método PEST se decidió observar las variables que existen tanto en el ámbito político, económico, social y tecnológico. Ya que existiendo tantos avances en la

sociedad es el motivo en el cual se pueda emplear este tipo de análisis para nuestra investigación.

2.7.1 FODA



Fortalezas

- Con el inicio de las exportaciones se tendrán que aumentar las producciones de huevos de codorniz.
- Al comenzar las exportaciones entraría más dinero a la empresa.
- Existiendo más producción de huevos se tendría que contratar más personal para el cuidado de las aves y el empaquetado.

Oportunidades

- Nuevos socios comerciales: al iniciar las exportaciones se generarán lazos con otras empresas lo cual nos brindaría la oportunidad de conocer nuevos socios.
- Nuevo producto no tradicional para exportarse: siendo el huevo de codorniz un producto no tradicional, sería una nueva forma de exportación en el Ecuador.
- Nuevas fronteras: el país objetivo es Japón, pero con el tiempo se podrían ir buscando otros países a los cuales se puedan exportar.

Debilidades

- No existen datos anteriores: siendo el huevo de codorniz el producto que se busca exportar y por la cual se realiza este manual, es un producto que no posee datos de exportación.
- Primera exportación para la avícola: una empresa que se ha mantenido en el mercado nacional busca conocer nuevos mercados extranjeros, ya que no han recibido instrucción alguna de una exportación.

Amenazas

- COVID-19: Debido a la pandemia cada país ha implementado medidas de protección, es por esto que los productos deben de cumplir con estas medidas.
- Grandes exportadores de huevos: siendo una empresa novata se enfrentaría a grande competidores los cuales ya llevarían años en el negocio.
- Perdida del producto: debido a que existen nuevas medidas o algún fallo durante el viaje y el producto se pueda perder.

2.7.2 CAPA



Corregir debilidades

- Utilizar datos de productos similares: siendo el huevo de gallina un producto similar al que se desea exportar se podrán utilizar datos estadísticos.
- Emplear una guía de exportación: al utilizar este recurso se tendría con más claridad las cosas que se deben emplear en una exportación.

Afrontar amenazas

- Aplicar niveles de sanidad adecuados: teniendo un sistema interno para controlar las medidas sanitarias de la empresa y del producto se podría afrontar este riesgo.
- Darse a conocer en el mercado extranjero: utilizando los avances tecnológicos se pueden llegar a nuevos socios.
- Aplicación de seguro a la mercadería.

Potenciar fortalezas

- Emplear más mano de obra en la empresa.
- Mejoramiento de la infraestructura.
- Nuevos métodos de empleo.

Aprovechar oportunidades

- Conexiones con socios extranjeros.
- Dar un nuevo recurso para ayudar a la balanza económica.
- Romper barreras dentro del país y llevar el producto a otros países.

2.7.3 PEST



Político

- Medidas sanitarias y Fito sanitarias.
- Medidas de seguridad.
- exportación de productos con estándares internacionales de bioseguridad.
- Barreras de alimentos que ingresen a Japón.
- Certificados de sanidad para el ingreso del producto a Japón.

Económico

- PIB per cápita (PPA): \$11.743.
- PIB por sectores: Agricultura, ganadería, caza y (6.12 %), petróleo y minas (16.58 %), industria (9.24 %), construcción (11.49 %), servicios (41.57 %), comercio (11.55 %)
- Inflación (IPC): 1.2%
- En el primer trimestre de este año, 476.202 personas están en el desempleo

Social

- En Japón consumen productos orgánicos con límites de calorías.
- tienden a calcular el valor nutricional consumido en el día.
- dividen entre las comidas los valores existentes en las comidas para las 3 comidas.

Tecnológico

- utilizando la tecnología se puede lograr la comunicación entre las conexiones extranjeras.
- comunicación más rápida entre los empresarios.
- Envío de documentos por medio de correos electrónicos.

CAPITULO III

3. PROPUESTA

3.1 PROPUESTA

En la parroquia rural de Huambalo del cantón Pelileo de la provincia del Tungurahua se encuentra un sector avícola dedicado a la coturnicultura que es la producción de huevos de codorniz, el cual existe desde hace más de 20 años, pero debido al poco conocimiento que existe en el sector del tema del comercio internacional, la propietaria del establecimiento solo ha comercializado su producto dentro del país.

Se requiere elaborar la propuesta para la elaboración de un plan de exportación eligiendo como país destino Japón, debido a que siendo un país con un alto consumo de huevos en diferentes platillos del día a día de sus habitantes, siendo como objetivo llevar un producto de mayores beneficios que el huevo de gallina.

3.2 Título De La Propuesta

PLAN DE EXPORTACIÓN DE HUEVOS DE CODORNIZ AL MERCADO JAPONES PARA LA AVÍCOLA PAREDES EN EL AÑO 2021-2022

3.3 Objetivo De La Propuesta

Elaborar un Plan de exportación de huevos de codorniz a Japón en el año 2021-2022 para la Avícola Paredes.

3.4 Descripción De La Propuesta

Con este método se piensa incentivar a que otras pequeñas empresas logren perder el miedo a iniciar una exportación y poder llegar a nuevos mercados, es por esto que se ideara un plan para iniciar las exportaciones de huevos de codorniz el cual no se ha exportado desde Ecuador a ninguna parte del mundo.

3.5 FACTIBILIDAD DE LA APLICACIÓN

Factibilidad Operativa. – dentro de esta avícola si existe una factibilidad operativa ya que cuentan con personal calificado para la recolección y empaquetado de los productos y las infraestructuras que son las adecuadas para que la codornices estén bien cuidadas y alimentadas.

Factibilidad Administrativa. – si existe un compromiso dentro de la empresa para poder expandirse ya que su propietaria cuenta con los recursos para realizar las inversiones necesarias para así mejorar la infraestructura y poder llegar a calificar como exportador.

Factibilidad Técnica. – dentro de este ámbito se pudo apreciar una falencia debido a que es una empresa que nunca a tenido una actividad exportadora, sin embargo, con el desarrollo de la propuesta ellos podrán poseer todos los conocimientos de exportación, con lo cual se realizara una capacitación a la persona que se asignara dentro de la avícola como la encargada del manejo de las exportaciones.

Factibilidad Comercial. – dentro de este ámbito se nota una falencia dentro del lugar ya que existe una marca, pero no se utilizada y ellos comercializan sin marca a los comerciantes y a los comisariatos bajo la marca de “mi comisariato”. Siendo el problema de la marca también existe un conocimiento sobre sus empaques, como son colocados y sus envíos a las ciudades y sus sistemas logísticos, con lo cual se podría patentar la marca y poder así utilizar su propia marca.

Factibilidad Económica. – si existe un recurso económico con lo cual se podrá contar para realizar un ampliamiento de su infraestructura y poder duplicar sus producciones para poder abastecer pedidos de otros lugares.

Factibilidad Legal. – se aplicaría en los medios legales de propiedad intelectual ya que se patentaría la marca y los productos comenzaría a ser comercializados con una marca propia, ya sea dentro del país como por fuera.

Factibilidad de Medio Ambiente. -Dentro de este ámbito se aplica las normas sanitarias con las que son envasados los huevos a sus cajas y en el estado en que se los comercializa, también se basa en los cuidados que se tomaran durante el ampliamiento del establecimiento ya que se tiene que comprobar que en el lugar donde se realizara los nuevos galpones no afecten a ningún animal en la naturaleza.

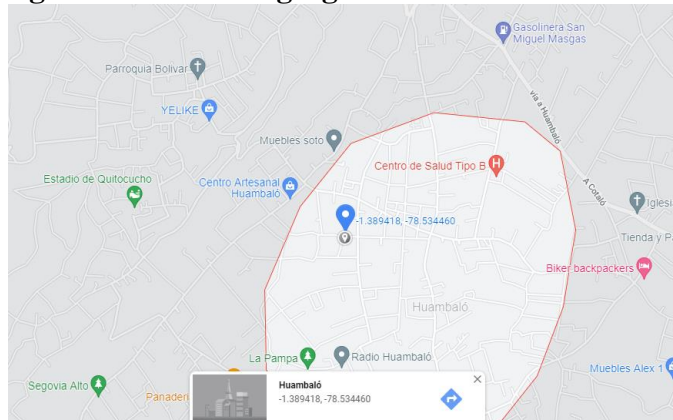
3.6 BREVE HISTORIA DE LA AVICOLA

Dedicada a la producción de huevos de aves de corral la señora Judith Paredes inicio sus actividades comerciales como persona natural el día 15 de junio del año 2000, hasta el año 2004 donde ceso sus actividades por 3 meses en los cuales mejoro su infraestructura

para así abastecer a sus clientes entre los cuales se encuentra la corporación “la favorita” la cual es propietaria de las cadenas de supermercados mi comisariato que es comprador directo de la avícola desde el año 2004.

La ubicación geográfica de la avícola paredes se encuentra en las calles Vicente Rocafuerte S/N y González Suarez de la parroquia rural del cantón Pelileo de la provincia de Tungurahua.

Imagen 11: ubicación geográfica de la Avícola Paredes



Fuente: Google maps

Elaborado por: el autor

3.6.1 ORGANIGRAMA

Imagen 12: organigrama interno de la avícola.



Fuente: Judith Paredes

Elaborado por: el autor.

Como se muestra en la imagen 12 la avícola se encuentra conformada con 3 avícolas las cuales tienen sus propias funciones, la avícola principal 1 es donde se encuentra la oficina principal en la cual se encuentra la señora Judith Paredes aunque también existen 3 galpones los cuales posee un aproximado de 500 aves por galpón y producen alrededor de 800 huevos diarios cada grupo, seguido por la avícola principal 2 es donde se encuentran 5 de los 8 galpones de producción que abastecen a los compradores, por último se encuentra la avícola de incubación donde permanecen las aves desde que nacen hasta cuando entran en la etapa de ponedoras que es cuando son llevadas a los galpones, esta última localidad se encuentra situada en el cantón Santo Domingo de los Tsáchilas.

3.6.2 PRODUCTOS QUE COMERCIALIZAN (PRESENTACIONES)

Hay que tener en cuenta que, aunque se diga que es una avícola no posee diferentes tipos de aves ya que esta avícola se especializa en la coturnicultura que es la crianza de codornices en lo cual se comercializa con sus derivados.

En la imagen que se muestra a continuación se puede apreciar el logotipo de la marca “mi comisariato” del paquete de 24 unidades el cual es el modelo de la caja que se ha tomado como referencia para el diseño de una marca propia.

Imagen 13: caja de 24 unidades "mi comisariato".



Fuente: Avícola Paredes

Elaborado por: el autor

En la imagen 14 que se muestra a continuación se puede apreciar el sellado de la caja que contiene 500 huevos separados por 5 pisos cada uno de 100 huevos acomodados y

separados con periódicos para evitar el roce o golpe entre ellos. Como se observa en la imagen la caja no contiene el logotipo de la avícola y es por que la empresa no ha patentado su logotipo.

Imagen 14: caja de 500 unidades sueltas.



Fuentes: Avícola Paredes

Elaborado por: el autor

3.6.3 LOGOTIPO

Imagen 15: logotipo de la avícola paredes.



Fuente: Avícola Paredes

Elaborado por: Judith Paredes

Aunque sea una avícola con más de 20 años en el mercado nacional no posee una marca distintiva en el mercado ya que sus productos han sido puestos bajo la marca “mi comisariato”, en la avícola paredes se diseñó un logotipo para su marca, pero por miedo a patentar su propia marca en el mercado ha seguido permaneciendo de incógnito.

Se busca poder patentar su marca para la distribución bajo su propio nombre y no de terceros y así poder alentar a otras avícolas que pueden lograr llegar a otros mercados fuera del territorio ecuatoriano y darse a conocer internacionalmente.

3.6.4 SUBPARTIDA ARANCELARIA (sugerida).

Tabla 16: subpartida arancelaria sugerida

Código De Producto	Descripción Del Producto	Descripción Régimen Comercial	Uf	Tarifa Arancelaria
0407.21	-De gallina de la especie Gallus domesticus:	Huevos frescos de aves domésticas, con cáscara (sin fertilizados para incubar)	U	0

Fuente: COMEX

Elaborado por: el autor

3.6.5 INCOTERM CFR

El incoterm CFR (cost and Freight) nos dice que el vendedor tiene que llevar la mercancía hasta el puerto fijado por el comprador, posee mucha similitud con el termino CIF pero la diferencia es la contratación del seguro, ya que bajo el termino CIF el vendedor cubre los gastos de transporte, seguro y puerto de destino, y en el termino CFR el comprador es el que se encarga de la contratación del seguro.

Tabla 17: obligaciones del comprador y vendedor.

Obligaciones del vendedor	Obligaciones del comprador
Entrega de la mercancía y documentos necesarios	Pago de las mercancías
Empaquetado y embalaje	Gastos de llegada (o gastos en destino)
Transporte interior en el país de origen	Pago del despacho de aduanas en destino
Despacho de aduanas en origen	Transporte interior en el país de destino
Gastos de salida (o gastos en origen)	Pago de impuestos y aranceles
Flete marítimo internacional	

Fuente: iconainers (página web)

Elaborado por: el autor

3.6.6 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

- Nombre de la empresa: Avícola Paredes.
- Dirección: Vicente Rocafuerte S/N y González Suarez.
- Ciudad: Huambalo, Pelileo.
- Contacto: 0995090231
- Sitio web: no tiene.
- Nombre comercial: huevo de codorniz.
- Descripción del producto: siendo un producto de pequeño tamaño en comparación con el de gallina, posee una yema de color más vibrante y su alto contenido de proteínas con la inexistencia de carbohidratos.

Imagen 16: huevo de codorniz.



Fuente: la vanguardia (página web)

Elaborado por: la vanguardia (página web)

3.7 ESTUDIO DE MERCADO

Con el siguiente estudio de mercado se busca demostrar que el plan de exportación de huevos de codorniz hacia el mercado japonés es factible o podría tener complicaciones en su admisión en el país asiático.

3.7.1 FICHA COMERCIAL DE JAPON

Japón es uno de los mayores importadores neto de productos agrícolas del mundo en productos como el trigo, maíz y carnes, y posee el segundo lugar de los importadores mundiales de soja siendo Estados Unidos el mayor importador. Solo el 3.9% de la población activa de Japón se ocupa del sector agrícola y en términos PIB (2013) un 1.10%, ya que solo el 12% de su superficie es cultivable.

Dentro del mercado japonés sus controles sanitarios son muy restringidos ya que posee rigurosos regímenes con los aditivos alimentarios, al igual que con el ingreso de las frutas y vegetales.

3.7.1.1 Perfil Demográfico De Japón

Imagen 17: perfil demográfico en Japón

Capital: Tokio
Moneda: Yen (JPY)
Población (Julio 2019 est.) 125,507,472
Tasa de crecimiento poblacional anual (2019 est.) -0.27%
Indice de GINI N/A
Tasa de Desempleo (2017 est.) 2.9%
PIB (Billones USD, 2017) 4.873
PIB per cápita PPA (USD, 2017 est.) 42,900
Crecimiento del PIB (2017 est.) 1.7%
Inflación anual (2017 est.) 0.5%
Tipo de Cambio (JPY por USD 2017) 111.1

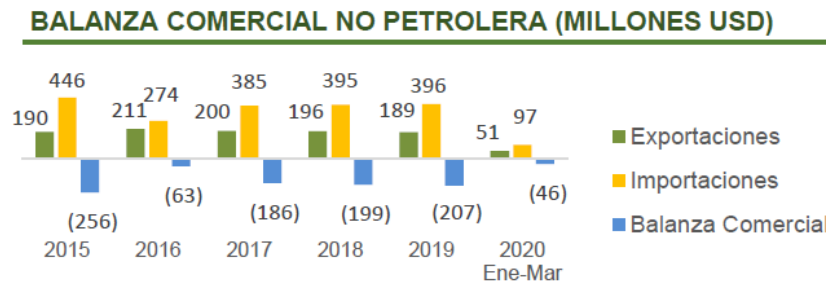
Fuente: Pro-Ecuador

Elaborado por: Pro-Ecuador

Japón es un país conformado por 4 grandes islas, se encuentra ubicado en el este asiático, limitada al oeste con el mar de Japón; al norte, con el mar de Ojotsk y al sur, con el mar de Filipinas, según el Banco Central de Japón poseen una población estimada de 125,5 millones de habitantes.

3.4.1.2 Patrones de Consumo

Imagen 18: balanza comercial no petrolera



Fuente: trade map.

Elaborado por: Pro-Ecuador.

Se puede apreciar en la imagen anterior que la balanza no petrolera de Japón refleja que está en negativo debido a que existen más importaciones que exportaciones de los productos fuera del rango de los no petroleros.

Imagen 19: los 5 principales productos exportados por Ecuador al mercado Japonés

5 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR - JAPÓN (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2019 ENE - MAR	2020 ENE - MAR	ARANCEL 2019
Las demás bananas frescas tipo cavendish	14,906	16,633	10%
Brócoli congelado	11,773	13,050	6%
Harina de pescado	-	6,450	0%
Demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados	1,170	2,092	1%
Cacao en grano	2,652	1,655	0%
Demás productos	12,454	10,661	-

Fuente: trade map

Elaborado por: Pro-Ecuador

En la imagen anterior se muestran los productos más comercializados entre Ecuador y Japón el cual es encabezado por las bananas seguido del brócoli, por lo cual nos damos cuenta de que sus compras con Ecuador son de alimentos y nos da una oportunidad de poder exportar huevos de codorniz.

3.7.2 FICHA LOGISTICA

Actualmente la mayoría de los productos que son exportados desde Ecuador con destino a Japón son comúnmente embarcados en el puerto marítimo de guayaquil (GYE), los contenedores mas usados son los de carga seca y refrigerada.

Existe una ruta que es operadas por las navieras con un itinerario en el que hacen trasbordo en Panamá, el costo y rutas al igual que el puerto de llegada dependerá de las navieras como ejemplo la ruta de Guayaquil – Panamá (Balboa) – Japón (Yokohama) que tiene un tiempo aproximado de 30 a 44 días.

Entre las navieras que prestan sus recorridos se encuentra Hapag-Lloyd y Nippon Yusen Kaisha más reconocidas dentro del país como Transoceánica, Maersk y Evergreen line. Las cuales realizan escalas en Panamá en el transcurso de su viaje.

3.7.3 REQUISITOS DE INGRESO AL MERCADO JAPONES

Japón aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de abril de 2007. Esta medida reduce el riesgo de dispersión de plagas relacionadas con el embalaje de madera, la medida recae en: Pallets, Estibas, Bloques, Cajas y demás empaques y embalajes de madera.

Envíos Comerciales:

- Factura Comercial debidamente firmada por el transportista, que contenga:
 - Descripción exacta de la mercancía, número de paquetes, tarifas de Aduanas según nomenclatura de Bruselas, señales, códigos, cantidad, valor, lugar, fecha, destinatario, nombre del consignatario, condiciones para el pago y símbolos de registro del avión.
- Licencia de Importación, cuando la mercancía es importada bajo:
 - Sistema-AA: Autorización de un Banco oficial de cambio.
 - Sistema-AIQ: Autorización del Ministerio de Industria y Comercio internacional.
 - Sistema-IQ: Certificado de Importación asignado por el Ministerio de Industria y Comercio Internacional y autorización del Banco de cambio con la licencia de importación.
- Lista de empaque.
- Certificado de origen, expedido y certificado por la Cámara de Comercio local.

Envíos de Muestras:

- Factura comercial declarando el valor de aduana
- Licencia de importación para las muestras con un valor CIF de USD 1000.00 o superior y que consistan en más de un tipo de muestra.

- Muestras por un valor menor a USD 1000.00 pueden ser "aclarados" cuando se paguen los derechos aduaneros ordinarios.

3.8 PROCESO LOGISTICO DE EXPORTACIÓN

Imagen 20: pasos previos a la exportación.



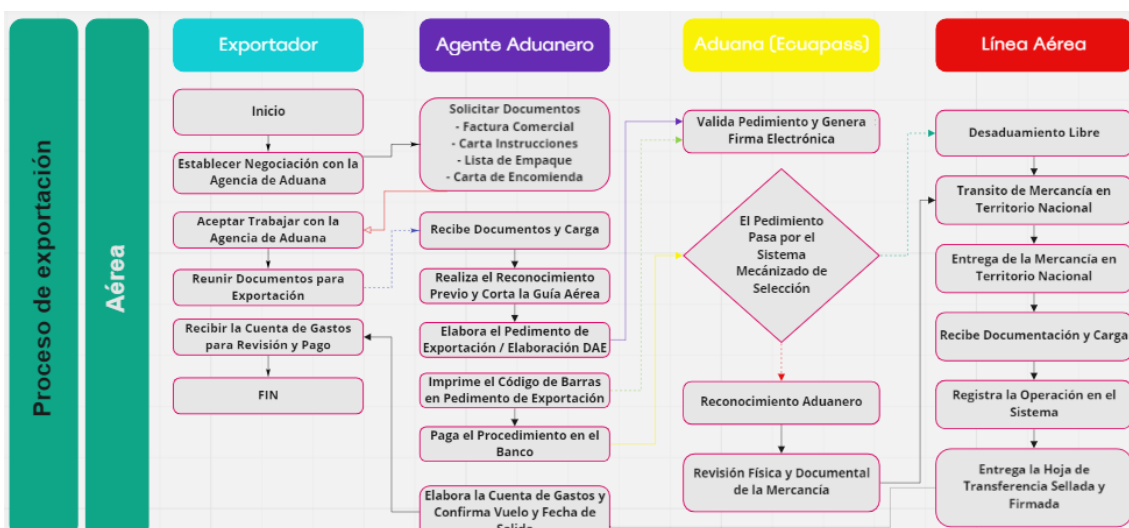
Fuente: ministerio de comercio exterior.

Elaborado por: Pro-Ecuador

3.8.1 FLUJO DE EXPORTACION (AEREA)

El flujo presentado a continuación ayudara a avanzar en el plan de exportación de huevos de codorniz a Japón, en el cual se puede apreciar el orden cronológico que se tiene que llevar a cabo durante el envío del producto a Japón.

Imagen 21: flujo de exportación.



Fuente: todo comercio exterior (página web).

Elaborado por: el autor.

3.8.2 REQUISITOS DEL RUC

El RUC corresponde al número asignado a todas aquellas personas naturales y se utiliza para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador, con lo cual el titular deberá pagar impuestos por sus bienes o derechos.

Para obtener el registro único del contribuyente se necesitan los siguientes requisitos:

- Cédula de identidad
- Certificado de votación.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente.

3.8.3 OBTENCION DEL TOKEN

Es importante revisar las normativas correspondientes a cada tipo de certificado previo a la solicitud de un certificado digital de firma electrónica en el banco central del Ecuador. A continuación se detallan los requisitos para personas naturales y jurídicas.

Persona Natural

- Digitalizado de Cédula o pasaporte a Color;

- Digitalizado de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores a sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad);
- Digitalizado de la última factura de pago de luz, agua o teléfono.

Persona Jurídica

- La empresa debe estar previamente registrada en el sistema;
- Conocer el número de RUC de la empresa;
- Digitalizado de Cédula o pasaporte a Color;
- Digitalizado de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad);
- Digitalizado del nombramiento o certificado laboral firmado por el Representante Legal
- Autorización firmada por el Representante Legal. (En caso de subrogación o delegación; adjuntar el oficio de encargo o delegación). Importante: Para el día en que realice el pago, llevar la autorización en formato impreso.

3.8.4 INGRESO DEL EXPORTADOR AL ECUAPASS

Uno de los pasos más importantes es el ingreso del dueño de la empresa al sistema Ecuapass ya que con su registro la señora Judith podrá dar sus inicios en el mundo del comercio exterior, tal como se muestra en la imagen a continuación, se puede apreciar que la señora Paredes ha sido registrada en el sistema, lo que la hace libre de comercializar no solo con Japón, también con cualquier empresa ubicada en cualquier parte del mundo.

Imagen 22: ingreso al sistema Ecuapass.

The screenshot shows the Ecuapass web application interface. At the top, there is a navigation bar with the ECUAPASS logo, a search bar, and links for 'Buzón Electrónico', 'SENAE', 'VUE', and 'Guía del uso'. Below the navigation bar, there are three main menu items: 'Trámites Operativos', 'Servicios Informativos', and 'Soporte al Cliente'. The 'Soporte al Cliente' menu is currently selected. The main content area displays a form titled 'Solicitud de registro de usuario de Representante de Comercio Exterior'. The form is divided into two sections: 'Información de empresa' and 'Información de representante de Comercio Exterior'. The 'Información de empresa' section includes fields for RUC empresa (1803680337001), Razón Social (PAREDES PEREZ YESEÑA JUDITH), Dirección de empresa (TUNGURAHUA / SAN PEDRO DE PELILEO / GUAMBALO (HUAMBALO) / VICENTE ROCAFUERTE S/N Y GONZALEZ SUAREZ), Teléfono empresa (032864706), Nombre Comercial, Actividad económica (PRODUCCION DE HUEVOS DE AVES DE CORRAL), and Correo Electrónico de empresa (AVICOLAPAREDES@OUTLOOK.COM). The 'Información de representante de Comercio Exterior' section includes fields for ID.usuario, Doc. Identificación (CEDULA DE IDENTIDAD), Nombre Usuario, Contraseña, Confirmación de Contraseña, Provincia (--Selección--), Ciudad (--Selección--), Dirección, Teléfono1, and Teléfono2. There are also buttons for 'Consultar', 'Comprobar disponibilidad', and 'Activar Windows Ve a Configuración'.

Fuente: ECUAPASS

Elaborado por: el autor

3.8.5 PROCESO DE COORDINACION LOGISTICA

Para la exportación de los huevos de codorniz se tiene que tomar en cuenta el aeropuerto más cercano a donde se puedan enviar y diseñar una ruta logística o consultar con una consolidadora el valor del viaje desde la parroquia de Huambaló hasta el aeropuerto mas cercano, ya que se fijo que el producto tiene que ser enviado por vía aérea por motivos de que el huevo de codorniz es perecedero.

En el calcula de la distancia la ciudad de Quito tiene más cercanía al sector de Huambalo con esta información se tiene que recurrir a la aplicación del cubicaje para poder realizar la cotización de cuantas cajas y pallets se deben embarcar en el transporte interno hasta el aeropuerto internacional.

Tabla 18: tabla de medidas de las cajas de embalaje.

DIMENSIONES DE LA CAJA					
CAJAS	ALTO (cm)	ANCHO (cm)	LARGO (cm)	PESO gramos	PESO kg
Caja pequeña de 24 unidades	4	11	26	312	0,312
caja grande de 24	33	27	34	7978	7,978

cajas					
-------	--	--	--	--	--

Fuente: Avícola Paredes.

Elaborado por: el autor

Con relación a las encuestas efectuadas a 10 empresas japonesas relacionadas al comercio de productos de huevos y derivados se pudo llegar a la conclusión que 5 de ellos estarían interesados en la compra de 432 cajas de 24 unidades cada empresa al mes, con un valor total de 90 cajas de 24 cajas por mes.

Tabla 19: pesos de cajas y pallets.

CALCULOS (PESO)				
RUBROS	GRAMOS	CANTIDAD DE CAJAS	TOTAL GRAMOS CAJAS (ENVIO)	KILOS
Peso de caja de cartón (gramos)	490	90	44100	44,1
Peso Neto (producto sin caja de cartón)	312	2160	673920	673,92
Peso Pallet (gramos)	20000	2	40000	40
TOTAL PESOS				758,02

Fuente: Avícola Paredes.

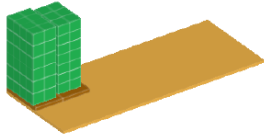
Elaborado por: el autor

En base con las tablas de medidas y pesos anteriormente mencionadas se puede proceder a la realización del cubicaje, seguido de la cotización de una consolidadora, es por esto que se va a recurrir a la página de Sea Rates que nos brinda un cubicaje e información sobre transportes nacionales e internacionales.

Imagen 23: cubicaje de las 90 cajas.

STUFFING RESULT



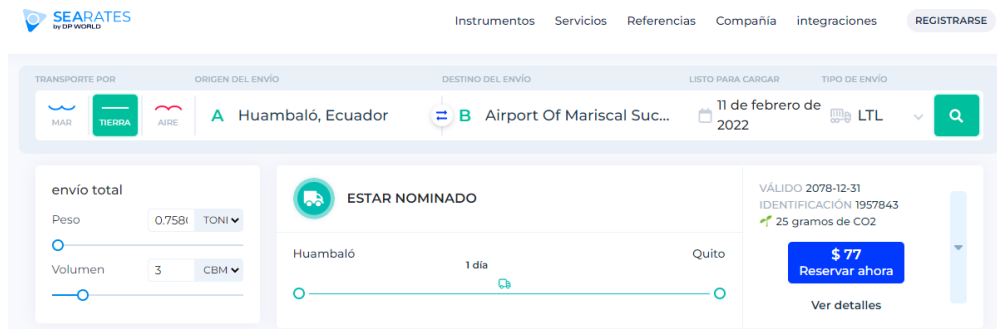
<p>20 STANDARD</p>  <p>1 unit</p>	<p>Total: 90 packages Cargo volume: 3 m3 Cargo weight: 734 kg</p>										
	<table border="1"><thead><tr><th>Name</th><th>Packages</th><th>Volume</th><th>Weight</th></tr></thead><tbody><tr><td>Huevos de Codorniz</td><td>90</td><td>3 m3</td><td>718 kg</td></tr></tbody></table>	Name	Packages	Volume	Weight	Huevos de Codorniz	90	3 m3	718 kg		
Name	Packages	Volume	Weight								
Huevos de Codorniz	90	3 m3	718 kg								

Fuente: Sea Rates.

Elaborado por: Sea Rates.

Con el cubicaje realizado por medio de la pagina de Sea Rates se pudo obtener como resultado que las 90 cajas serán trasladadas sobre 2 pallets en total siendo una cantidad muy fácil de transportar, una vez obtenido esta información se procederá a la cotización del transporte local.

Imagen 24: cotización de flete interno



SEARATES by DP WORLD

Instrumentos Servicios Referencias Compañía integraciones REGISTRARSE

TRANSPORTE POR: MAR TIERRA AIRE

ORIGEN DEL ENVÍO: A Huambaló, Ecuador

DESTINO DEL ENVÍO: B Airport Of Mariscal Suc...

LISTO PARA CARGAR: 11 de febrero de 2022

TIPO DE ENVÍO: LTL

envío total

Peso: 0.758 TONI

Volumen: 3 CBM

ESTAR NOMINADO

Huambaló 1 día Quito

VÁLIDO 2078-12-31 IDENTIFICACION 1957843 25 gramos de CO2

\$ 77 Reservar ahora

Ver detalles

Fuente: Sea Rates.

Elaborado por: Sea Rates.

Se puede decir que el valor del transporte desde la parroquia de Huambalo hasta el aeropuerto mariscal sucre ubicado en la ciudad de Quito, con la cotización del transporte interno se podrá insertar los precios en la tabla de los costos logísticos y valores de exportación en la tabla que está a continuación.

Tabla 20: costos logísticos.

B) COSTOS LOGISTICOS			
RUBROS	TARIFA SIN IVA	IVA	TARIFA CON IVA
TRANSPORTE LOCAL (Huambaló – Quito)	\$ 77,00	\$ -	\$ 77,00
Almacén Temporal (x los días que dure el trámite de exportación)	\$ 40,00	\$ 4,80	\$ 44,80
FLETE AEREO Quito-Japón	\$ 3.257,10	\$ -	\$ 3.257,10
Despacho de Aduana	\$ 180,00	\$ 21,60	\$ 201,60
TOTAL COSTOS LOGISTICOS	\$ 3.554,10	\$ 26,40	\$ 3.580,50

Fuente: el autor

Elaborado por: el autor

Con los valores que se han obtenido en las tablas anteriormente mostradas se procederá a realizar una tabla de valores para poder concluir si la exportación hacia Japón es factible o no.

Tabla 21: tabla de valores

CAJAS DE 24 UNIDADES		
EMPRESAS	CANTIDAD DE CAJAS pequeñas (X_MENSUAL)	CANTIDAD DE CAJAS pequeñas de envío (X_MENSUAL)
5	432	2160
CAJAS GRANDES DE 24 CAJAS		
EMPRESAS	CANTIDAD DE CAJAS grandes (X_MENSUAL)	TOTAL CAJAS ENVIO X_MENSUAL
5	18	90
CALCULOS DE UTILIDAD		
\$ 36,00	COSTO POR CAJA GRANDE (PRODUCCION, GTOS ADMINISTRATIVOS)	
COSTOS LOGISTICOS	valor de venta en \$48	UTILIDAD
\$ 3.580,50	\$ 4.320,00	\$ 739,50
COSTOS LOGISTICOS	valor de venta en \$60	UTILIDAD
\$ 3.580,50	\$ 5.400,00	\$ 1.819,50

Fuente: el autor

Elaborado por: el autor

Con la tabla de valores se concluye que de las 10 empresas japonesas que fueron encuestadas a 5 de ellas les gustaría importar 432 cajas de plástico de 24 unidades de huevos al mes, lo que nos da un total de 90 cajas de cartón grande para enviar, obteniendo de las otras tablas se calculo que los costos logísticos del envío a Japón que nos da un valor de \$3.580,50, con lo cual utilizando el valor que se utilizaría para la producción nos generaría una ganancia aproximada de \$739,50 - \$1819,50 dependiendo los precios de venta.

COTIZACIÓN DE FLETE AEREO EN CONSOLIDADORA DE CARGA.

Imagen 25: cotización de flete aéreo

Resultados de la carga			
Servicio de carga	Total	Fecha del envío	Entrega esperada en destino*
UPS Air Freight Direct SM (No Garantizado)	3.698,10 USD	lunes 14/02/2022	04:00 PM viernes 18/02/2022
Transporte base: 3.326,40 USD Cargo adicional por combustible: 252,00 USD Cargo adicional por temporada de alto volumen: Incluido Cargo por seguridad: 119,70 USD Total: 3.698,10 USD			
UPS Air Freight Consolidated SM (No Garantizado)	3.257,10 USD	lunes 14/02/2022	04:00 PM lunes 21/02/2022
Transporte base: 2.885,40 USD Cargo adicional por combustible: 252,00 USD Cargo adicional por temporada de alto volumen: Incluido Cargo por seguridad: 119,70 USD Total: 3.257,10 USD			

Fuente: UPS Air Freight Consolidated

Elaborado por: UPS Air Freight Consolidated

3.8.6 CERTIFICADO SANITARIO DE EXPORTACIÓN

Es el documento que certifica que el producto de uso o consumo humano se fabricó dentro de la República del Ecuador y son exclusivamente para exportaciones, los cuales asegura su calidad, seguridad, eficacia y/o inocuidad de los productos.

Imagen 26: certificado sanitario.

					
PAÍS : ECUADOR.			CERTIFICADO SANITARIO		
1. Exportador (nombre y dirección): TEXCUMAR S.A. KM 2.1 VIA SAN APBLO-MONTEVERDE, COLONCHE, SANTA ELENA, SANTA ELENA		2. Certificado N°: 16000645201400000096P		3. Autoridad competente: INSTITUTO NACIONAL DE PESCA	
		4. Autoridad local: INSTITUTO NACIONAL DE PESCA - Guayaquil			
5. Importador (nombre y dirección): FREDYS DARIO SIERRA GUTIERREZ LA MANISIL, NICOYA, GUANACASTE, COSTA RICA		6. País de origen: ECUADOR	7. Código. ISO: EC	8. País de destino: COSTA RICA	9. Código. ISO: CR
10. Establecimiento Procesador (nombre y dirección): TEXCUMAR S.A. KM 2.1 VIA SAN APBLO-MONTEVERDE, COLONCHE, SANTA ELENA, SANTA ELENA			N° de Autorización: HT3528		
11. Lugar de carga: KM 2.1 VIA SAN APBLO-MONTEVERDE		12. Medio de Transporte: <input type="checkbox"/> Marítimo <input checked="" type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Fluvial		13. Puerto de entrada: SAN JOSE-JUAN SANTAMARIA INTERNATIONAL AIRPORT - COSTA RICA	
14. Nombre de empresa de transporte: COPA		15. Condiciones de transporte/almacenamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Ambiente <input type="checkbox"/> Refrigerado <input type="checkbox"/> Congelado			
16. Identificación del contenedor y el precinto: 					
17. Factura N°: 001-001-000011886		18. País de Tránsito:		19. Fecha de salida: 23/12/2014	
Número de Autorización de Requerimiento 16000645201400000096P		https://ventanillaunica.aduana.gob.ec/vpt_server/vpt_flex/odvc.jsp		Número de emisión TT05291MY8Y8350	

Fuentes: MAGAP

Elaborado por: MAGAP

Es necesario tener un certificado sanitario para la comercialización de alimentos en un país como Japón, ya que ellos poseen un régimen estricto en la adquisición de productos del mercado extranjero.

3.8.7 DECLARACION JURAMENTADA DE ORIGEN

El exportador deberá emitir una declaración juramentada de origen el cual tendrá una duración de 2 años en el sistema Ecuapass y es un requisito fundamental para la obtención del certificado de origen.

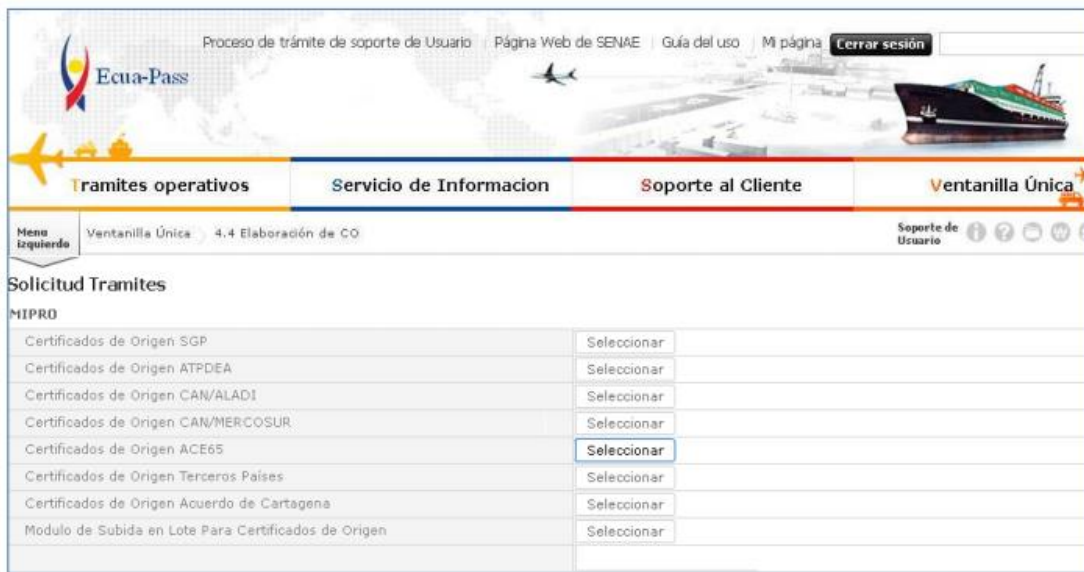
Para obtener una declaración juramentada se tiene que seguir los siguientes pasos:

1. Identificación de la empresa
2. Producto a registrar (un formulario para cada producto)
3. Utilización de instrumentos de competitividad aduanero
4. Materiales no originarios (importados directamente o adquiridos en el mercado nacional)
5. Materiales originarios de las partes signatarias
6. Costos y valor en fabrica producto terminado
7. Proceso de producción (completa descripción por etapas – máximo 2.000 caracteres)
8. Características técnicas del producto (máximo 2.000caracteres)
9. Aplicaciones del producto (Máximo 2.000 caracteres)
10. Valor agregado
11. Selección de esquema o acuerdo para origen.
12. Información del representante legal

3.8.8 CERTIFICADO DE ORIGEN

Es un documento que acredita que el producto exportado cumple con los requisitos de origen, es utilizado para ser considerado originario de un territorio y obtener un trato arancelario preferencial, es decir que no siempre es obligatorio y se utilizan mas en los mercados que le brindan preferencia arancelaria.

Imagen 27: tipos de certificados de origen.



Fuente: Ecuapass

Elaborado por: Ecuapass

3.8.9 DAE (DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN)

La DAE es un formulario en el que se declara de forma legal el registro las exportaciones el cual se llena únicamente en el sistema ECUAPASS, siendo así el único documento legal que puede corroborar la exportación de la mercancía, teniendo como vigencia 30 días.

Una vez registrado como exportador y al iniciar la transmisión electrónica se debe poner los siguientes datos:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso

Imagen 28: formulario de la DAE

The image shows a screenshot of the ECUAPASS web application. At the top, there is a header with the ECUAPASS logo and navigation tabs for 'Trámites Operativos', 'Servicios Informativos', and 'Soporte al Cliente'. Below the header, there is a search form titled 'Adm. de nomenclatura y características de mercancías'. The form includes several input fields and checkboxes for filtering search results. Below the search form, there is a table titled 'Tipo de Información Asociada a la Mercancía' with several rows and a 'Seleccionar' button for each row.

Tipo de Información Asociada a la Mercancía	
Consulta de detalle de CUPOS	Seleccionar
Consulta de porcentaje de liberación y preferencias	Seleccionar
Adm. de correlación de nomenclatura arian con otras nomenclaturas	Seleccionar
Consulta de las mercancías de restricción y prohibición	Seleccionar
Consulta de tributos fijos de mercancías	Seleccionar
Adm. de tributos variables de mercancías	Seleccionar

Fuente: Ecuapass

Elaborado por: Ecuapass

3.9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.9.1 CONCLUSIONES

Con las investigaciones realizadas por varios tipos de métodos se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- No existe mucho interés en el sector de la coturnicultura en el sector del comercio internacional.
- La avícola paredes cuenta con los recursos necesarios para poder extender su establecimiento.
- Para sus inicios en el ámbito de las exportaciones las ganancias se verían a largo plazo, ya que siendo sus inicios en el mercado extranjero obtendrá poca demanda hasta poder darse a conocer en mas lugares y comenzar a extender su mercado más aún.
- La elaboración de un plan de exportación en la empresa sería una opción viable para poder así tener una guía de como se realiza una exportación al mercado extranjero.

3.9.2 RECOMENDACIONES

- La Avícola Paredes deberá comenzar con la patentación de su marca, es decir que comience a por registrar su logotipo y marca antes de querer iniciar sus exportaciones. Así pueda su nombre ser la marca reconocida por las empresas que adquieran los productos en Japón.
- Calcular los límites de producción en la Avícola para poder saber cuantos galpones más se deberían implementar para completar con los pedidos hechos en el extranjero.
- De ser posible que la señora Judith reciba más información acerca de las áreas de administración y comercio exterior, para poder administrar con más eficacia su negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL FITO Y ZOOSANITARIO. (2020). Resolución 0039 medidas preventivas por la declaración de emergencia. *medidas preventivas por la declaración de emergencia*, (pág. 23). Quito.
- Alija, J. (12 de sept de 2015). *josean alija*. Obtenido de <https://www.joseanalija.com/codorniz/#:~:text=Historia%20y%20origen%3A%20Son%20originarias,cazarse%20a%20finales%20de%20verano.>
- anonimo. (3 de Noviembre de 2001). *angelfire.com*. Obtenido de https://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/avicultura_codornices.htm#_inicio
- Banco central. (2017). *Banco Central*.
- CADENA COMERCIAL VIPRICA EN VENEZUELA,. (s.f.). *pdfslide*. Obtenido de <https://pdfslide.net/documents/clasificacion-taxonomica-de-la-codorniz.html>
- Codigo Organico De La Producción Comercio E Inversión. (29 de Dic de 2017).
- Constitución De La Republica*. (2018).
- Corporación Nacional De Avicultores Del Ecuador. (2019). *Corporación Nacional De Avicultores Del Ecuador*. Obtenido de <https://www.conave.org/>
- Duran, G. (s.f.). *todo comercio exterior*. Obtenido de <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/proceso-de-exportaci-n-de-flores>
- ecuador negocios. (s.f.). *ecuador negocios*. Obtenido de <https://ecuatornegocios.com/info/avicola-paredes-2932607>
- Fonseca, G. J. (20 de Julio de 2016). *paradais sphynx*. Obtenido de <https://aves.paradais-sphynx.com/galliformes/codorniz-coturnix-coturnix.htm>
- GRN. (s.f.). *GRN*. Obtenido de Gestion de Recursos Naturales: <https://www.grn.cl/asesoria-ambiental/factibilidad-ambiental.html>
- icontainers*. (14 de Noviembre de 2013). Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/incoterms/cfr/>

JIBAJA BENAVIDES, D. A. (2011). *universidad tecnica estatal de Quevedo*. Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/2201/1/T-UTEQ-0241.pdf>

Lerma Kirchner, A. E., & Márquez Castro, E. (2010). *Comercio y marketing internacional*. México, D.F.: Compañía de Cengage Learning, Inc.

LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL. (1948). LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

Marisol, Y. (s.f.). *scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/366087737/Un-Poco-de-Historia-Sobre-La-Codorniz>

Omlet. (s.f.). *Omlet*. Obtenido de <https://www.omlet.es/>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO). (s.f.). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO)*. Obtenido de <http://www.fao.org/home/es/>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN. (2003). *FAO*. Obtenido de Comercialización de huevos: una guía para la producción y venta de huevos: <http://www.fao.org/3/y4628e/y4628e00.htm#Contents>

Pino, E. A. (s.f.). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de <http://www.encyclopediadelecuador.com/geografia-del-ecuador/huambalo/>

(2017). *Plan Toda Una Vida*.

portal unico de tramites ciudadanos. (s.f.). *gob.ec*. Obtenido de certificado-sanitario-exportacion-alimentos: <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/certificado-sanitario-exportacion-alimentos>

Portal Unico de Tramites Ciudadanos. (s.f.). *gob.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Región de Murcia Digital. (s.f.). *Región de Murcia Digital*. Obtenido de regmurcia: https://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2717&r=ReP-23854-DETALLE_REPORTAJESPADRE

ANEXOS

Anexo 1: Sra. Jesenia Paredes.

Entrevista a la dueña de la avícola.

¿Sexo (genero)?

Mujer

¿Edad?

39

¿Piensa que es momento de extender a mercados internacionales?

Claro, fuera bueno ósea la posibilidad.

¿Piensa que en su avícola se generaría la suficiente producción para abastecer el mercado interno y externo?

No, producción suficiente no, yo tengo ahorita la producción suficiente solo para abastecer el mercado local, en caso de que haya se aumentaría.

¿Cuánto se pensaría exportar mensualmente?

Todo depende de la propuesta, con base a la propuesta se podría hacer.

A los meses de iniciar las exportaciones ¿cree poder duplicar los envíos?

Claro, con base de lo que pidan.

Después de iniciar exportaciones, ¿pensaría extenderse a otros países?

Claro, si se pudiera.

ANEXO 2: Sra. Rufina Quispe.

Entrevista a un trabajador de la avícola.

¿Sexo (genero)?

Mujer

¿Edad?

47 años

¿Cuántos tiempo se encuentra trabajando en la avícola?

Mas de 10 años.

¿A qué hora inicia su jornada laboral?

Desde las 6 de la mañana.

¿Cuál es su rutina diaria?

se trae las comidas de las codornices, luego se procede a sacar las cestas para iniciar la recolección de los huevos de cada jaula.

¿Cómo seleccionan los huevos en buen estado?

Se los examinan palpando y revisando si el huevo tiene una grieta ya no sirve, también se les revisa el color, si es de color verde se lo descarta porque no son buenos.

¿Cómo es el proceso de empaquetado?

Se recogen los huevos en cestas cada una de 84 huevos, luego se las lleva a la caja donde se protege a los huevos en capas de papel periódico colocando pisos de 5 en cada caja donde se ponen 100 huevos por piso y los paquetes de comisariato se los ponen en sus cajas de plásticos de 24 huevos cada una.

Anexo 3 encuestas

#1

<p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input checked="" type="radio"/> Hombre</p>	<p>¿En que época del año se comercializan mas?</p> <p><input type="radio"/> Invierno</p> <p><input type="radio"/> Verano</p> <p><input type="radio"/> Otoño</p> <p><input type="radio"/> Primavera</p> <p><input checked="" type="radio"/> Casi lo mismo</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 20-30 años</p> <p><input type="radio"/> 31-40 años</p> <p><input checked="" type="radio"/> 41-50 años</p> <p><input type="radio"/> 51-60 años</p> <p><input type="radio"/> 61-70 años</p>	<p>¿Existe otro tipo de huevos que comercialice a parte del de gallina? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> talvez</p>
<p>¿comercializan con huevos? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	<p>¿Han escuchado de los huevos de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Le gustaría importar huevos de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes? *</p> <p><input type="radio"/> 216</p> <p><input type="radio"/> 288</p> <p><input type="radio"/> 432 o mas</p>	<p>¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 cajas pequeñas es \$60</p> <p><input type="radio"/> \$48</p> <p><input type="radio"/> \$50</p> <p><input checked="" type="radio"/> \$ 60</p>
<p>¿Estaría dispuesto a importar por contenedor? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> tal vez</p>	

Este formulario se creó en Instituto Superior Tecnológico de Formación.

Google Formularios

#2

<p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input checked="" type="radio"/> Hombre</p>	<p>¿En que época del año se comercializan mas?</p> <p><input type="radio"/> Invierno</p> <p><input type="radio"/> Verano</p> <p><input type="radio"/> Otoño</p> <p><input type="radio"/> Primavera</p> <p><input checked="" type="radio"/> Casi lo mismo</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 20-30 años</p> <p><input type="radio"/> 31-40 años</p> <p><input checked="" type="radio"/> 41-50 años</p> <p><input type="radio"/> 51-60 años</p> <p><input type="radio"/> 61-70 años</p>	<p>¿Existe otro tipo de huevos que comercialice a parte del de gallina? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> talvez</p>
<p>¿comercializan con huevos? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>	<p>¿Han escuchado de los huevos de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Le gustaría importar huevos de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes? *</p> <p><input type="radio"/> 216</p> <p><input type="radio"/> 288</p> <p><input type="radio"/> 432 o mas</p>	<p>¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 cajas pequeñas es \$60</p> <p><input type="radio"/> \$48</p> <p><input checked="" type="radio"/> \$50</p> <p><input type="radio"/> \$ 60</p>

Este formulario se creó en Instituto Superior Tecnológico de Formación.

Google Formularios

#3

<p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input checked="" type="radio"/> Hombre</p>	<p>¿En que época del año se comercializan mas?</p> <p><input checked="" type="radio"/> Invierno</p> <p><input type="radio"/> Verano</p> <p><input type="radio"/> Otoño</p> <p><input type="radio"/> Primavera</p> <p><input type="radio"/> Casi lo mismo</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 20-30 años</p> <p><input type="radio"/> 31-40 años</p> <p><input type="radio"/> 41-50 años</p> <p><input checked="" type="radio"/> 51-60 años</p> <p><input type="radio"/> 61-70 años</p>	<p>¿Existe otro tipo de huevos que comercialice a parte del de gallina? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> talvez</p>
<p>¿comercializan con huevos? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	<p>¿Han escuchado de los huevos de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Le gustaría importar huevos de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes? *</p> <p><input type="radio"/> 216</p> <p><input type="radio"/> 288</p> <p><input type="radio"/> 432 o mas</p>	
<p>¿Estaría dispuesto a importar por contenedor? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> tal vez</p>	<p>¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 cajas pequeñas es \$60</p> <p><input type="radio"/> \$48</p> <p><input checked="" type="radio"/> \$50</p> <p><input type="radio"/> \$ 60</p>

Este formulario se creó en Instituto Superior Tecnológico de Formación.

Google Formularios

#4

<p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input checked="" type="radio"/> Hombre</p>	<p>¿En que época del año se comercializan mas?</p> <p><input type="radio"/> Invierno</p> <p><input type="radio"/> Verano</p> <p><input type="radio"/> Otoño</p> <p><input type="radio"/> Primavera</p> <p><input checked="" type="radio"/> Casi lo mismo</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 20-30 años</p> <p><input type="radio"/> 31-40 años</p> <p><input type="radio"/> 41-50 años</p> <p><input checked="" type="radio"/> 51-60 años</p> <p><input type="radio"/> 61-70 años</p>	<p>¿Existe otro tipo de huevos que comercialice a parte del de gallina? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> talvez</p>
<p>¿comercializan con huevos? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	<p>¿Han escuchado de los huevos de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Le gustaría importar huevos de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes? *</p> <p><input type="radio"/> 216</p> <p><input type="radio"/> 288</p> <p><input type="radio"/> 432 o mas</p>	
<p>¿Estaría dispuesto a importar por contenedor? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> tal vez</p>	<p>¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 cajas pequeñas es \$60</p> <p><input checked="" type="radio"/> \$48</p> <p><input type="radio"/> \$50</p> <p><input type="radio"/> \$ 60</p>

Este formulario se creó en Instituto Superior Tecnológico de Formación.

Google Formularios

#5

<p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input checked="" type="radio"/> Hombre</p>	<p>¿En que época del año se comercializan mas?</p> <p><input type="radio"/> Invierno</p> <p><input type="radio"/> Verano</p> <p><input type="radio"/> Otoño</p> <p><input type="radio"/> Primavera</p> <p><input checked="" type="radio"/> Casi lo mismo</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 20-30 años</p> <p><input type="radio"/> 31-40 años</p> <p><input checked="" type="radio"/> 41-50 años</p> <p><input type="radio"/> 51-60 años</p> <p><input type="radio"/> 61-70 años</p>	<p>¿Existe otro tipo de huevos que comercialice a parte del de gallina? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> tal vez</p>
<p>¿comercializan con huevos? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	<p>¿Han escuchado de los huevos de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Le gustaría importar huevos de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes? *</p> <p><input type="radio"/> 216</p> <p><input type="radio"/> 288</p> <p><input type="radio"/> 432 o mas</p>	
<p>¿Estaría dispuesto a importar por contenedor? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> tal vez</p>	<p>¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 cajas pequeñas es \$60</p> <p><input checked="" type="radio"/> \$48</p> <p><input type="radio"/> \$50</p> <p><input type="radio"/> \$ 60</p>

Este formulario se creó en Instituto Superior Tecnológico de Formación.

Google Formularios

#6

<p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input checked="" type="radio"/> Hombre</p>	<p>¿En que época del año se comercializan mas?</p> <p><input type="radio"/> Invierno</p> <p><input type="radio"/> Verano</p> <p><input type="radio"/> Otoño</p> <p><input type="radio"/> Primavera</p> <p><input checked="" type="radio"/> Casi lo mismo</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 20-30 años</p> <p><input type="radio"/> 31-40 años</p> <p><input type="radio"/> 41-50 años</p> <p><input type="radio"/> 51-60 años</p> <p><input checked="" type="radio"/> 61-70 años</p>	<p>¿Existe otro tipo de huevos que comercialice a parte del de gallina? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> talvez</p>
<p>¿comercializan con huevos? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	<p>¿Han escuchado de los huevos de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Le gustaría importar huevos de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes? *</p> <p><input type="radio"/> 216</p> <p><input type="radio"/> 288</p> <p><input type="radio"/> 432 o mas</p>	
<p>¿Estaría dispuesto a importar por contenedor? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> tal vez</p>	<p>¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 cajas pequeñas es \$60</p> <p><input type="radio"/> \$48</p> <p><input checked="" type="radio"/> \$50</p> <p><input type="radio"/> \$ 60</p>

Este formulario se creó en Instituto Superior Tecnológico de Formación.

Google Formularios

#7

<p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input checked="" type="radio"/> Hombre</p>	<p>¿En que época del año se comercializan mas?</p> <p><input type="radio"/> Invierno</p> <p><input type="radio"/> Verano</p> <p><input type="radio"/> Otoño</p> <p><input type="radio"/> Primavera</p> <p><input checked="" type="radio"/> Casi lo mismo</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 20-30 años</p> <p><input checked="" type="radio"/> 31-40 años</p> <p><input type="radio"/> 41-50 años</p> <p><input type="radio"/> 51-60 años</p> <p><input type="radio"/> 61-70 años</p>	<p>¿Existe otro tipo de huevos que comercialice a parte del de gallina? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> talvez</p>
<p>¿comercializan con huevos? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	<p>¿Han escuchado de los huevos de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Le gustaría importar huevos de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes? *</p> <p><input type="radio"/> 216</p> <p><input type="radio"/> 288</p> <p><input type="radio"/> 432 o mas</p>	
<p>¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 cajas pequeñas es \$60</p> <p><input checked="" type="radio"/> \$48</p> <p><input type="radio"/> \$50</p> <p><input type="radio"/> \$ 60</p>	
<p>¿Estaría dispuesto a importar por contenedor? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> tal vez</p>	

Este formulario se creó en Instituto Superior Tecnológico de Formación.

Google Formularios

<p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input checked="" type="radio"/> Hombre</p>	<p>¿En que época del año se comercializan mas?</p> <p><input type="radio"/> Invierno</p> <p><input type="radio"/> Verano</p> <p><input type="radio"/> Otoño</p> <p><input type="radio"/> Primavera</p> <p><input checked="" type="radio"/> Casi lo mismo</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 20-30 años</p> <p><input type="radio"/> 31-40 años</p> <p><input checked="" type="radio"/> 41-50 años</p> <p><input type="radio"/> 51-60 años</p> <p><input type="radio"/> 61-70 años</p>	<p>¿Existe otro tipo de huevos que comercialice a parte del de gallina? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> talvez</p>
<p>¿comercializan con huevos? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	<p>¿Han escuchado de los huevos de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Le gustaría importar huevos de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes? *</p> <p><input type="radio"/> 216</p> <p><input type="radio"/> 288</p> <p><input type="radio"/> 432 o mas</p>	<p>¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 cajas pequeñas es \$60</p> <p><input checked="" type="radio"/> \$48</p> <p><input type="radio"/> \$50</p> <p><input type="radio"/> \$ 60</p>
<p>¿Estaría dispuesto a importar por contenedor? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> tal vez</p>	

Este formulario se creó en Instituto Superior Tecnológico de Formación.

<p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input checked="" type="radio"/> Hombre</p>	<p>¿En que época del año se comercializan mas?</p> <p><input checked="" type="radio"/> Invierno</p> <p><input type="radio"/> Verano</p> <p><input type="radio"/> Otoño</p> <p><input type="radio"/> Primavera</p> <p><input type="radio"/> Casi lo mismo</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 20-30 años</p> <p><input checked="" type="radio"/> 31-40 años</p> <p><input type="radio"/> 41-50 años</p> <p><input type="radio"/> 51-60 años</p> <p><input type="radio"/> 61-70 años</p>	<p>¿Existe otro tipo de huevos que comercialice a parte del de gallina? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> talvez</p>
<p>¿comercializan con huevos? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>	<p>¿Han escuchado de los huevos de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Le gustaría importar huevos de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	
<p>¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes? *</p> <p><input type="radio"/> 216</p> <p><input type="radio"/> 288</p> <p><input type="radio"/> 432 o mas</p>	<p>¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 cajas pequeñas es \$60</p> <p><input checked="" type="radio"/> \$48</p> <p><input type="radio"/> \$50</p> <p><input type="radio"/> \$ 60</p>
<p>¿Estaría dispuesto a importar por contenedor? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input checked="" type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> tal vez</p>	

Este formulario se creó en Instituto Superior Tecnológico de Formación.

#10

<p>Sexo *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input checked="" type="radio"/> Hombre</p>	<p>¿En que época del año se comercializan mas?</p> <p><input type="radio"/> Invierno</p> <p><input type="radio"/> Verano</p> <p><input type="radio"/> Otoño</p> <p><input type="radio"/> Primavera</p> <p><input checked="" type="radio"/> Casi lo mismo</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 20-30 años</p> <p><input type="radio"/> 31-40 años</p> <p><input type="radio"/> 41-50 años</p> <p><input checked="" type="radio"/> 51-60 años</p> <p><input type="radio"/> 61-70 años</p>	<p>¿Existe otro tipo de huevos que comercialice a parte del de gallina? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> talvez</p>
<p>¿comercializan con huevos? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	<p>¿Han escuchado de los huevos de codorniz? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>

<p>¿Conoce los beneficios que posee el huevo de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Le gustaría importar huevos de codorniz? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> Tal vez</p>
<p>¿Cuántas cajas de 24 unidades importaría al mes? *</p> <p><input type="radio"/> 216</p> <p><input type="radio"/> 288</p> <p><input type="radio"/> 432 o mas</p>
<p>¿Estaría dispuesto a importar por contenedor? *</p> <p><input type="radio"/> sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input checked="" type="radio"/> tal vez</p>

¿Cuánto sería el valor que estarían dispuestos a pagar?, considerando que el valor por caja grande de 24 cajas pequeñas es \$60

\$48

\$50

\$ 60

Este formulario se creó en Instituto Superior Tecnológico de Formación.

Google Formularios