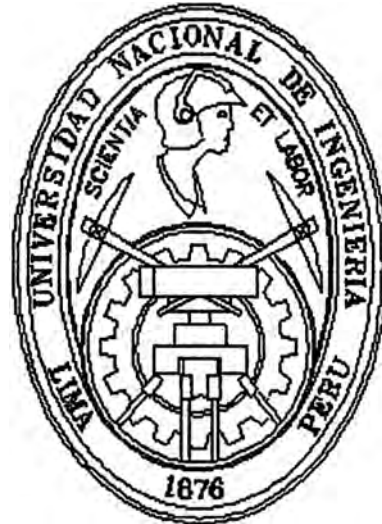


UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS



**ANALISIS DE FACTIBILIDAD PARA UNA EMPRESA
EXPORTADORA DE HUEVOS DE CODORNIZ**

TESIS

Para optar el Título Profesional de:

INGENIERO INDUSTRIAL

BENJAMIN LUIS PISCOYA SILVA

LIMA- PERÚ

2001

Dedico este trabajo a mis mejores amigos: Aurora y Benjamín; por su apoyo incondicional.

INDICE

INDICE GENERAL.....	III
INDICE DE GRAFICOS.....	VIII
INDICE DE TABLAS.....	X
DESCRIPTORES TEMÁTICOS.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	1
RESUMEN.....	3

CAPITULO I : ASPECTOS GENERALES

1.1 Generalidades.....	6
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 <i>Objetivos Generales</i>	6
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	7

CAPITULO II : MERCADO

2.1 Plan de Mercadotecnia.....	8
2.1.1 <i>Objetivo</i>	8
2.2 Fase de Elección del valor.....	8
2.2.1 <i>Definición del Valor a Comercializar</i>	9
2.2.1.1 <i>Características Comerciales</i>	9
2.2.1.2 <i>Usos Principales y Secundarios</i>	10
2.2.1.3 <i>Productos Sustitutos o Complementarios</i>	10
2.2.2 <i>Segmentación de Mercado</i>	10
2.2.2.1 <i>Criterios de Selección</i>	10
2.2.2.2 <i>Perfil del Consumidor</i>	12

2.2.3 Selección del Mercado Enfoque.....	13
2.2.3.1 Posicionamiento.....	18
2.3 Fase de Proporción del Valor.....	20
2.3.1 Objetivos	20
2.3.2 Análisis de empresas Competidoras.....	21
2.3.3 Definición de la Marca.....	23
2.3.4 Análisis de Precios Internacionales.....	24
2.3.4.1 Análisis Histórico de Precios.....	24
2.3.5 Canales de Distribución	25
2.3.6 Políticas de Comercialización.....	27
2.4 Fase de Comunicación del Valor.....	33

CAPITULO III : EL WEB SITE Y LA ESTRATEGIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

3.1 Objetivo.....	35
3.2 Sistema de Información de Mercadotecnia.....	35
3.2.1 Estrategia de captura del Cliente.....	36
3.2.2 Estrategia de monitoreo de la Competencia.....	38
3.3 Cotización de Servicio en tiempo real.....	39
3.4 Compra en tiempo real	40
3.5 Monitoreo de la Carga.....	42
3.6 Determinación de Costos.....	44
3.7 Análisis Comparativo.....	45

CAPITULO IV : TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

4.1 Tamaño.....	47
4.1.1 Tamaño Producción.....	47
4.1.2 Tamaño- Costo.....	48
4.2 .Localización.....	49
4.2.1 Criterios de Localización.....	49
4.2.2 Ponderación de factores.....	50

CAPITULO V : INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1	Producto.....	51
5.2	Programa de producción.....	51
5.3	Proceso de producción	53
5.4	Maquinaria Utilizada.....	54
5.4.1	<i>Diseño del dispositivo.....</i>	54
5.4.1.1	<i>Principios del Funcionamiento.....</i>	54
5.4.1.2	<i>Descripción del Funcionamiento.....</i>	54
5.4.1.3	<i>Descripción del mecanismo control o selección de jaulas ..</i>	55
5.4.1.4	<i>Cálculos Cinemáticos</i>	56
5.4.1.5	<i>Materiales Utilizados.....</i>	58
5.5	Requerimiento de Material.....	60
5.6	Disposición de Planta.....	60

CAPITULO VI : POLÍTICA DE LOGISTICA COMERCIAL INTERNACIONAL

6.1	Generalidades.....	62
6.1.1	<i>Exportaciones.....</i>	62
6.1.2	<i>Canales para Exportación.....</i>	62
6.1.2.1	<i>Exportación Directa.....</i>	63
6.1.2.2	<i>Exportación Indirecta.....</i>	64
6.1.2..3	<i>Exportación a través de un Trading.....</i>	64
6.2	Base Legal.....	65
6.3	Régimen Arancelario.....	66
6.4	Procedimientos para exportar.....	67
6.4.1	<i>Numeración de la orden de embarque.....</i>	67
6.4.2	<i>Ingreso de mercaderías a zona primaria.....</i>	68
6.4.3	<i>Selección Aleatoria.....</i>	69
6.4.4	<i>Reconocimiento Físico.....</i>	71
6.4.5	<i>Anulación de la orden de embarque</i>	73

6.4.6 Control de embarque.....	74
6.4.7 Control de embarque para mercancías transportadas de una aduana de origen a otra de salida.....	75
6.4.8 Control de la declaración única de exportación	76
6.4.9 Numeración.....	77
6.4.10 Recepción, registro y revisión de Documentos.....	77
6.5 Infracciones, sanciones y delitos.....	83

CAPITULO VII : ORGANIZACION

7.1 Organigrama Estructural.....	84
7.2 Manual de Funciones.....	85
7.3 Descripción de Procedimientos primarios.....	86
7.4 Diagrama de Procedimientos Administrativos.....	93

CAPITULO VIII : INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

8.1 Plan de Inversión.....	95
8.2 Costo de Fabricación de productos vendidos (C.P.F.V).....	95
8.2.1 Resumen.....	95
8.2.2 Detalles	96
8.3 Costo de Operación.....	97
8.3.1 Gastos de Administración y Generales.....	97
8.4 Estructura de Financiamiento.....	98
8.4.1 Primer Escenario.....	98
8.4.1.1 Punto de Equilibrio.....	99
8.4.1.2 Estados Financieros.....	100
8.4.2 Segundo Escenario.....	105
8.4.2.1 Punto de Equilibrio.....	105
8.4.2.2 Estados Financieros.....	106
8.5 Análisis de sensibilidad del precio	110

8.6 Análisis de los Ratios.....	112
--	------------

CAPITULO IX : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 Aspecto Mercado	114
9.2 Aspecto Gestión Comercial.....	115
9.3 aspecto Tecnológico – Web Site	115
9.4 Aspecto Económico Financiero.....	116
9.5 Aspecto Organizacional.....	116
BIBLIOGRAFÍA	118

ANEXOS

ANEXO N° 01	Información Técnica Sobre la Codorniz
ANEXO N° 02	Información Estadística y Modelo de encuestas a Empresas
ANEXO N° 03	Convenciones técnicas para la Implementación de un web Site
ANEXO N° 04	Comunidad Andina Resolución 449 – 447
ANEXO N° 05	El Factoring

INDICE DE GRÁFICOS

1. Gráfico 2.2.3.1 - Importaciones Peruanas.....	15
2. Gráfico 2.2.3.2 - Participación de Importaciones Peruanas	15
3. Gráfico 2.2.3.3 - Participación de Venezuela en las Exportaciones Peruanas	16
4. Gráfico 2.2.3.4 – Análisis de las Importaciones por países.....	18
5. Gráfico 2.3.2.1 – Participación de las Importaciones Colombianas.....	21
6. Gráfico 2.3.2.2 - Análisis de países exportadores a Venezuela.....	22
7. Gráfico 2.3.3.1 – Logotipo de la marca.....	23
8. Gráfico 2.3.4.1.1 - Estrategia de Posicionamiento.....	25
9. Gráfico 2.3.5.1 - Canales de Distribución.....	26
10. Gráfico 3.2.1.1 – Diseño del Web Site Pagina Principal.....	36
11. Gráfico 3.2.1.2 – Diseño del Web Site Requerimientos del Cliente.....	37
12. Gráfico 3.2.1.3 – Diseño del Web Site Requerimientos del Cliente.....	37
13. Gráfico 3.2.2.1 – Diseño del Web Site Información de Mercado.....	38
14. Gráfico 3.2.2.2 – Diseño del Web Site Información de Mercado.....	39
15. Gráfico 3.3.1 – Diseño del Web Site Cotización Virtual.....	40
16. Gráfico 3.4.1 – Diseño del Web Site Compra Virtual.....	41
17. Gráfico 3.4.2 – Diseño del Web Site Compra Virtual.....	41
18. Gráfico 3.5.1 – Diseño del Web Site Monitoreo de Carga.....	42
19. Gráfico 3.5.2 – Diseño del Web Site Monitoreo de Carga.....	43
20. Gráfico 3.5.3 – Diseño del Web Site Monitoreo de Carga.....	43
21. Gráfico 4.1.1 – Producción Mensual Vs. Área Efectiva.....	47
22. Gráfico 4.1.2 – Costos Vs. Área Efectiva.....	48
23. Gráfico 5.3.1 – Diagrama del Proceso de Producción.....	53
24. Gráfico 5.4.1.4.1 – Esquema Cinematico.....	58

25. Grafico 6.4.1 – Procedimiento Aduanas.....	81
26. Grafico 7.1.1 – Organigrama General.....	84
27. Grafico 7.4.1 – Diagrama de procedimientos Administrativos.....	94
28. Grafico 8.5.1 –Variación VAN vs. Precio.....	111
29. Grafico 8.5.1 –Variación B/C vs. Precio.....	112

INDICE DE TABLAS

1. Tabla 2.2.3.1 Importaciones Peruanas.....	14
2. Tabla 2.2.3.2 Exportaciones Peruanas.....	16
3. Tabla 2.2.3.3 Importaciones Colombianas	17
4. Tabla 2.2.3.4 Exportaciones Venezolanas.....	17
5. Tabla 2.2.3.1.1 Análisis Foda.....	19
6. Tabla 2.2.3.1.1 Proyecciones de Demanda.....	20
7. Tabla 2.3.2.1 Participación de Importaciones Colombianas.....	21
8. Tabla 2.3.2.2 Participación de Importaciones Venezolanas.....	22
9. Tabla 2.3.2.3 Principales Empresas Competidoras.....	23
10. Tabla 2.3.4.1.1 Relación histórica de precios.....	24
11. Tabla 2.4.1 Ferias Internacionales.....	34
12. Tabla 3.4.2 Costo de la estrategia de Marketing Convencional.....	34
13. Tabla 3.6 Costo de la estrategia virtual.....	44
14. Tabla 4.1.1 Producción mensual por área efectiva.....	47
15. Tabla 4.1.2 Costo por área efectiva.....	48
16. Tabla 4.2.2 Ponderación de Factores de Localización.....	50
17. Tabla 5.2.1 Plan de Producción.....	52
18. Tabla 5.4.1.5 Materiales Utilizados.....	58
19. Tabla 5.5.1 Requerimiento de Material.....	60
20. Tabla 7.3.1 Procedimiento primario.....	87
21. Tabla 7.3.2 Procedimiento primario.....	89
22. Tabla 7.3.3 Procedimiento primario.....	90
23. Tabla 7.3.4 Procedimiento primario.....	92

24. Tabla 8.1.1 Plan de inversión.....	95
25. Tabla 8.2.1.1 C.P.F.V.....	95
26. Tabla 8.2.2.1 Costos Directos.....	96
27. Tabla 8.2.2.2 Costos Indirectos.....	97
28. Tabla 8.3.1 Costos de Operación.....	97
29. Tabla 8.3.1.1 Costos de Operación Detalle.....	97
30. Tabla 8.4.1 Financiamiento primer escenario.....	99
31. Tabla 8.4.1.1 Plan de Producción primer escenario.....	100
32. Tabla 8.4.1.2.1 Presupuesto Ingresos y Egresos primer escenario.....	100
33. Tabla 8.4.1.2.2 Servicio de la deuda primer escenario.....	101
34. Tabla 8.4.1.2.3 Depreciación y APCD primer escenario.....	101
35. Tabla 8.4.1.2.4 Flujo de Caja primer escenario.....	102
36. Tabla 8.4.1.2.5 Estado de Ganancias y Perdidas primer escenario.....	102
37. Tabla 8.4.1.2.6 Balance General primer escenario.....	103
38. Tabla 8.4.1.2.7 Variación del Capital de trabajo primer escenario.....	104
39. Tabla 8.4.1.2.8 Resumen primer escenario.....	105
40. Tabla 8.4.2.1.1 Plan de Producción segundo escenario.....	106
41. Tabla 8.4.2.2.1 Presupuesto Ingresos y Egresos segundo escenario..	106
42. Tabla 8.4.2.2.2 Depreciación y APCD segundo escenario.....	107
43. Tabla 8.4.2.2.3 Flujo de Caja segundo escenario.....	107
44. Tabla 8.4.2.2.4 Estado de Ganancias y Perdidas segundo escenario..	108
45. Tabla 8.4.2.2.5 Balance General segundo escenario.....	109
46. Tabla 8.4.2.2.6 Variación del Capital de trabajo segundo escenario.....	109
47. Tabla 8.4.2.2.7 Resumen segundo escenario.....	110
48. Tabla 8.5.1 Variación del precio con el VAN y el B/C.....	111
49. Tabla 8.6.1 Ratios.....	112

DESCRIPTORES TEMÁTICOS

- 1. INGENIERIA DEL PROYECTO**
- 2. HUEVOS DE CODORNIZ**
- 3. PLAN DE MERCADOTECNIA**
- 4. PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACION**
- 5. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION**
- 6. WEB SITE**
- 7. ANÁLISIS Y DISEÑO DE UN DISPOSITIVO DE RECOLECCION DE HUEVOS**
- 8. ANÁLISIS FINANCIERO**
- 9. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE PRECIOS**

INTRODUCCIÓN

Según el informe de la Organización Mundial de la Salud; OMS, "Informe 2000 Estudio del Colesterol"; el elemento que mayor número de muertes causa en el mundo es el colesterol. Entre los alimentos que contienen la mayor cantidad de colesterol están los huevos de gallina (4.8 %), las grasas, piel de pollo, carne de cerdo, vacuno, entre otros. A diferencia de los anteriormente mencionados el huevo de codorniz tiene únicamente 1.2 % de colesterol, y es el colesterol que requiere nuestro organismo como energía para las funciones vitales del metabolismo en general.

Desde inicios de 1996 surgió una nueva forma de generar economías en el mercado peruano; "El negocio de los huevos de codornices". Debido a la acogida del producto en nuestro mercado, este genero la creación de pequeñas granjas con una infraestructura tecnológica básica; es así como surge la incógnita sobre la factibilidad de dicho negocio en cantidades comerciales y cuales serian los mercados objetivos.

El presente trabajo pretende determinar el grado de factibilidad económica de una empresa dedicada a la producción y exportación de dicho producto, mostrando a la luz de los hechos el grado de infraestructura tecnológica y la estrategia de comercialización necesaria.

Para la gestación de este, se recopiló información de los diferentes organismos relacionados a la exportación de productos (ADEX , Cámara de comercio de Lima, Aduanas del Perú y otras); asimismo para la identificación de diferentes mercados fue necesario realizar un seguimiento vía Internet a fin de poder conocer la idiosincrasia de cada uno de ellos (precios, calidad de embalaje del producto, empresas competidoras, calidad en su servicio, etc). Basado en la ingeniería del proyecto el presente trabajo

permitirá analizar y comparar los diferentes niveles de rentabilidad de acuerdo a los escenarios planteados.

RESUMEN

El presente trabajo busca mostrar a la luz de los hechos la existencia de un mercado potencial para la comercialización de los huevos de codornices, asimismo se brinda una estrategia de comercialización, la cual aunada a un análisis económico financiero nos permitirá analizar el negocio en términos de rentabilidad.

En el Capítulo I se determinan los objetivos del proyecto enfatizando la importancia de una buena estrategia de exportación, la cual utiliza la tecnología web como el principal valor agregado de la empresa; proyectada para la producción y exportación de huevos de codorniz.

En el Capítulo II se propone un Plan de Mercadotecnia para el negocio, el cual comprende tres etapas. La Fase de elección del valor; en la cual realizamos un análisis cualitativo del producto o valor a comercializar, planteando diferentes perfiles de consumidores y determinando mercados potenciales para finalmente posesionarnos en un determinado mercado objetivo. Cabe recalcar que esta fase de Investigación, se baso en informaciones estadísticas de diferentes entidades promotoras del Comercio en Latinoamérica tales como: La Comunidad Andina, Prompex Perú, Cámaras de Comercio de Colombia y Venezuela, etc. En la Fase de Proporción del valor, utilizamos la mercadotecnia táctica a fin de estudiar a las empresas competidoras, canales de distribución del producto y los precios internacionales .La ultima Fase, llamada de Comunicación del Valor,

es aquella en la cual planteamos nuestra campaña de promoción y publicidad a fin de informar al mercado acerca de nuestra oferta.

En el Capítulo III se plantea la creación de un web site para la empresa así como una estrategia de comercio electrónico. El espíritu del presente capítulo busca mostrar las ventajas de la tecnología web como una herramienta decisiva para poder interrelacionar a los agentes involucrados en el negocio. El web site de la empresa agiliza notablemente las comunicaciones entre la empresa y cliente, permitiendo al cliente realizar sus propias cotizaciones en tiempo real, asimismo nos permite cierta flexibilidad para incursionar en nuevos mercados ya que esta posee cobertura global.

Al final del capítulo se presenta un análisis de costos a fin de demostrar la factibilidad económica de esta propuesta, frente a las estrategias de marketing y distribución convencionales.

En el Capítulo IV se busca determinar el tamaño y la localización de la planta basándonos en diferentes factores siendo en nuestro caso el factor ambiental uno de los principales que influye en el nivel de productividad de la Codorniz.

En el Capítulo V se proporciona características técnicas acerca del producto, así como el plan de producción; teniendo en cuenta 2 criterios : la cantidad a producir en el equilibrio y la capacidad máxima instalada (real). Asimismo describimos el proceso de producción y mostramos las características técnicas del sistema de jaulas adquirido, su diseño y los principios básicos de su funcionamiento.

A continuación realizamos un análisis de los insumos y materiales requeridos para nuestro plan de producción. Finalmente mostramos la disposición de planta propuesta.

En el Capítulo VI se muestra la política de Logística Internacional que debe tener toda empresa exportadora, explicando detalladamente el proceso de exportación.

El Capítulo VII se muestra la estructura de la empresa; en nuestro caso se opta por un modelo totalmente horizontal, en la cual el administrador del negocio debe ser un profesional cualificado que intervenga en la supervisión de más de un área. Asimismo basados en los conceptos de Logística Comercial Internacional mostrados en el Capítulo Anterior, se puede definir los agentes involucrados en el proceso de comercialización y los procedimientos básicos a seguir, los cuales se personalizarán en el diagrama de procesos de la empresa, el cual reflejara de manera global el modo operativo de la empresa así como la manera de interacción entre las diferentes áreas.

El Capítulo VIII consiste en el análisis económico financiero de el proyecto mostrado. En la parte de financiamiento surge el problema de contactar un préstamo para una empresa nueva en el mercado. Debido a la gran dificultad para conseguir el préstamo se plantea dos escenarios económicos. El primero en la cual la empresa será solo una línea de producción de una empresa grande relacionada a su rubro; ya que teniendo el respaldo de una empresa con un historial financiero se podrá acceder a un préstamo más fácilmente. El segundo escenario plantea la creación de una empresa totalmente independiente y con capital propio. Finalmente realizaremos un análisis de sensibilidad a fin de determinar la variación del VAN y el TIR al variar el precio internacional de nuestro producto.

En el Capítulo IX se muestran las principales conclusiones y sugerencias basadas en la experiencia de este proyecto.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Generalidades

Desde inicios del año 1996 se registra la exportación del producto huevo de codorniz, debido a las cualidades que ofrece desde el punto de vista nutricional y por las diversas campañas comerciales que lo han convertido en un producto diet; la incógnita que surge es, si el aumento de la demanda de éste producto se produce a nivel nacional o también existen otros mercados con la misma necesidad, el caso que existieran, cuáles son las características de éstos. Asimismo, no solo es necesario la existencia de demanda para poder asegurar la generación de un negocio rentable, a lo largo del trabajo se desarrollaran diversos criterios y parámetros para estudiar la factibilidad de la oferta a través de proyectos específicos.

1.2 Objetivos

1.2.1 *Objetivos Generales*

- Desarrollar un plan de mercadotecnia para la empresa propuesta, detallando soluciones acordes con la idiosincrasia de la empresa así como de su mercado objetivo.

- Mostrar la importancia de una adecuada política de exportaciones para la generación de un negocio rentable.
- Realizar un diagnóstico total del negocio de producción y comercialización de huevos de codorniz; determinando las fortalezas y debilidades de este negocio en la realidad peruana.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el mercado objetivo para la exportación del producto huevos de codorniz.
- Establecer una estrategia de comercio internacional así como una política de promoción con las empresas compradoras basado en el uso de un Web Site que permite realizar simulaciones de compra, compras virtuales y proporciona información detallada referente del producto huevos de codorniz.
- Determinar el grado de rentabilidad del proyecto, asimismo realizar un análisis de sensibilidad de los precios (**cost forecasting**) a fin de determinar la variación de los índices financieros al variar el precio internacional de nuestro producto.

CAPITULO II

MERCADO

2.1 Plan de Mercadotecnia

2.1.1 Objetivo

El plan de mercadotecnia permite analizar el proceso del negocio; así es, el objetivo de cualquier empresa es entregar valor al mercado a cambio de una utilidad. Desde la óptica de la mercadotecnia, la mercadotecnia empieza a tomar participación desde la segunda mitad del proceso de entrega del valor.

El plan de mercadotecnia que desarrollamos a continuación funciona en economías competitivas donde las personas enfrentan numerosas opciones y ejercen la facultad de discriminación. Esta nueva concepción destruye todo indicio del llamado mercado masivo, el cual anteriormente funcionaba en economías de escasez; por un mercado fragmentado por muchos micro mercados; cada uno de los cuales posee deseos, percepciones y diferencias, criterios de compra propios.

Basados en esta nueva percepción del mercado procedemos a clasificar nuestro Plan de Mercadotecnia en tres fases:

- 1.Fase de Elección del valor*
- 2.Fase de Proporción del valor*
- 3.Fase de comunicación del valor*

2.2 Fase de Elección del valor

Es la primera tarea que debe ser realizada por el departamento de mercadotecnia. El personal especializado se encarga de definir el producto, segmentar el mercado, seleccionar el mercado meta adecuado y desarrollar el posicionamiento en cuanto al valor de la oferta. La formula de segmentación, determinación del mercado meta y posicionamiento es la esencia de la mercadotecnia estratégica.

Para llevar todo esto a la praxis, se decidió realizar el siguiente análisis.

2.2.1 Definición del Valor a Comercializar

Debido a la importancia de la calidad en el servicio en las diversas empresas en el actual mercado globalizado, el espíritu del presente proyecto no solo esta focalizado en la venta de el producto huevos de codorniz, sino también en la calidad con que estos son entregados al mercado destino.

2.2.1.1 Características Comerciales

- El producto será vendido en diversas formas de presentación, existiendo tres tipos (envases para 24, 50 y 100 huevos). Cabe destacar que el precio convencional de los envases son de \$12 el millar al por mayor; sin embargo optaremos a los diseños proporcionados por **FLEXOPLAST** así como las bolsas debido a la importancia de la calidad de estos; los detalles de los costos se muestran en el capítulo VIII
- El peso promedio del huevo es de 10 gr., el cual debe encontrarse totalmente limpio.
- La eficacia del servicio de entrega será un factor decisivo para

poder ingresar al mercado, es por esto que la logística internacional deberá estar presente en la ingeniería del proyecto.

2.2.1.2 Usos Principales y Secundarios

El producto huevos de codorniz es un producto perecible que tiene los siguientes usos:

- Para consumo diario en desayunos
- Para personas con problemas de colesterol o de la tercera edad (el huevo de codorniz posee un 1.2% de colesterol)
- Uso para preparación de ensaladas naturistas y en Chifas.

2.2.1.3 Productos Sustitutos o Complementarios

Los productos sustitutos inmediatos o directos son:

- Huevos de Gallina.
- Huevos de tortuga.

Los productos complementarios son:

- Condimentos (sal, pimienta, etc)
- Verduras, ensaladas, leche y pan.

2.2.2 Segmentación de Mercado

2.2.2.1 Criterios de Selección

A continuación definimos los criterios utilizados para realizar la segmentación de Mercado.

Volumen de Consumo

Se busca encontrar mercados, en nuestro caso países que registren altos volúmenes de importación de nuestro producto; pero cabe destacar también la importancia de los exportadores a fin de identificar a las empresas competidoras.

Criterio Geográfico

Debido a que se busca exportar nuestro producto, cercanía con el mercado destino nos proporcionara un decremento en los costos del flete y seguro.

Criterio Psicografico

Basado en la información proporcionada por Aduanas del Perú y instituciones como Prompex y las diferentes Cámaras de Comercio en Latinoamérica, se pudo rastrear las empresas competidoras así como las características de los posibles clientes que a continuación definimos.

- Empresas como supermercados, los cuales son muy sensibles en el aspecto calidad de servicio (tiempo de entrega, calidad de la presentación, acreditación de condiciones higiénico sanitarias del producto.)
- Distribuidoras y/o Brokers, los cuales compran cantidades masivas del producto para redistribuirlos a otros mercados.
- Comprador de rebajas, es un cliente que por lo general

es muy sensible al precio y que compra en cantidades pequeñas, siendo para el la calidad del servicio un aspecto secundario.

2.2.2 .2 Perfil del Consumidor

La segmentación de mercado que se llevó a cabo distinguió los siguientes perfiles del consumidor.

Consumidor A1

Se encuentra conformado por los supermercados de mayor prestigio en el país; la calidad de los embalajes debe ser óptima así como de una apariencia impecable. Se exige que cada lote del producto sea respaldado por un certificado de salubridad que asegure que los huevos cumplan a cabalidad las exigencias higiénico sanitarias estándares. Generalmente compra grandes volúmenes y el precio de venta unitario es el más alto; ya sea para el productor, como para el cliente.

Consumidor A2

Constituido por comerciantes mayoristas de otros países (empresas y/o brokers); son igual de exquisitos en relación con las condiciones higiénico – sanitarias que debe tener un producto antes de proceder a su exportación (El detalle de este punto se vera en el Anexo 2). La efectividad de una venta a este tipo de productores depende fundamentalmente de una excelente política de LCI que se detallara en el transcurso del trabajo.

Consumidor A3

Constituido por comerciantes mayoristas los cuales distribuyen su producto a chifas y centros naturistas principalmente, el nivel de exigencia en cuanto a salubridad así como el tipo de embalajes puede ser de menor calidad.

2.2.3 Selección del Mercado Enfoque

Luego de haber definido los perfiles de nuestros consumidores, es necesario pronosticar que tan atractivo es un mercado en particular. Para ello será necesario realizar una estimación del tamaño total del mercado, su rendimiento y rentabilidad.

Por ende procederemos a realizar un análisis para cada uno de los 3 submercados a seleccionar.

Mercado A1

Análisis de las Importaciones

El nivel de importaciones alrededor de los últimos años ha crecido con mayor fuerza que el nivel de exportaciones en los últimos 6 años.

En el cuadro resumen mostrado podemos apreciar que **Bolivia** es nuestro principal proveedor con una participación del 70% en el mercado

Desde el punto de vista de la LCI, la cercanía de Bolivia con nuestro país representa una ventaja competitiva debido a que los costos por fletes y seguros son menores, a diferencia de Japón o Hong Kong por ejemplo, los cuales exportan discretas cantidades a nuestro país.

Asimismo, la mayoría de supermercados que venden dichos productos buscan que su proveedor brinde el producto en condiciones ideales (empaquete atractivo, certificados de sanidad por lote, etc.)

En cuanto a la industria peruana; a pesar de el surgimiento de pequeñas empresas productoras de huevos codorniz, todavía no existe un grado de refinamiento tecnológico y gestión por parte de estas microempresas para que puedan crear un nivel de confianza favorable a fin de que los grandes supermercados apuesten por ellos.

Grafico 2.2.3.1

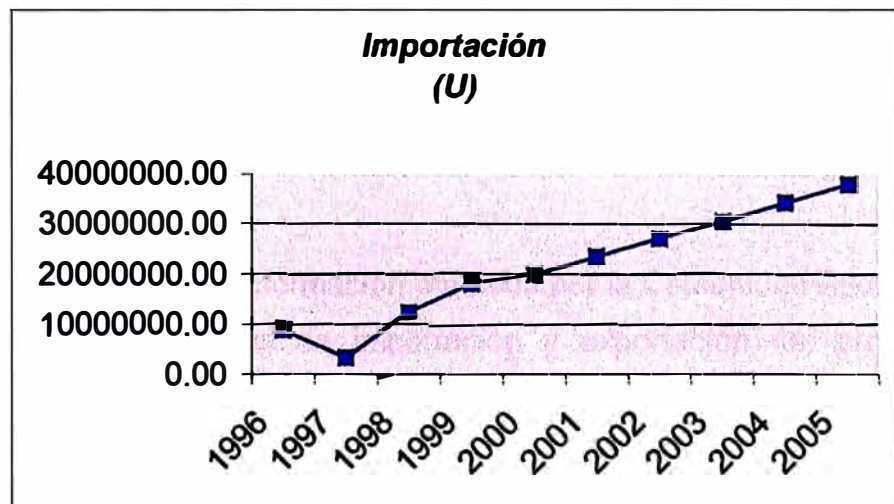
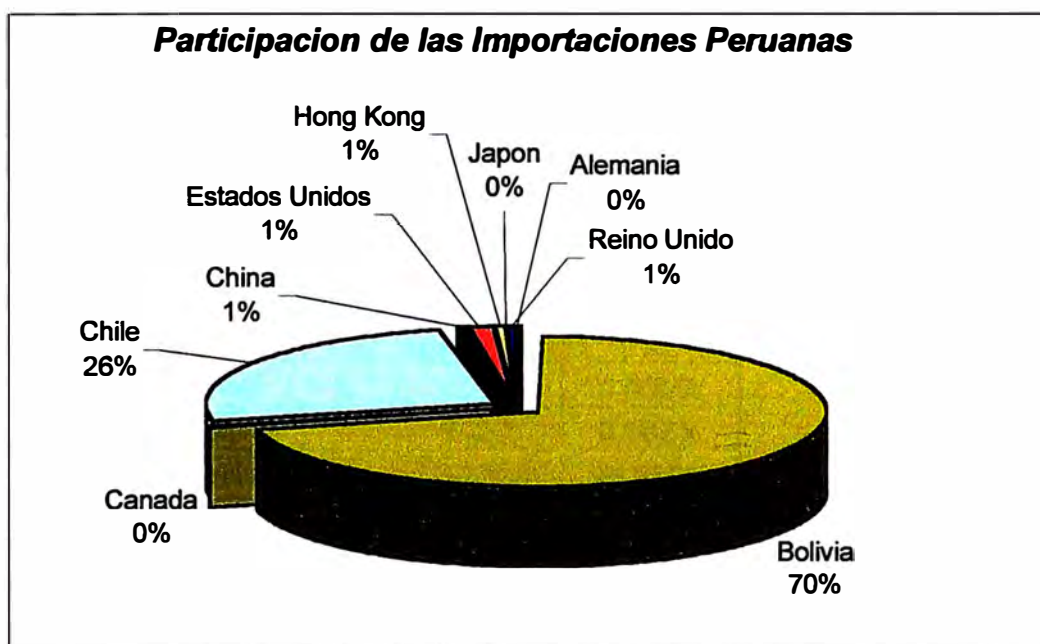


Tabla 2.2.3.1

Participación de las Importaciones (96-99)

<i>País</i>	<i>Unidades</i>
Alemania	10743
Bolivia	2246400
Canadá	14000
Chile	810000
China	17512
Estados Unidos	38461
Hong Kong	22330
Japón	160
Reino Unido	16800

Grafico 2.2.3.2



Fuente: Aduanas del Perú

Mercado A2

Basado en la información obtenida por la Comunidad Andina se analizo el nivel de importación y exportación del producto huevos codorniz (Partida arancelaria 407009000) en los diferentes países de América latina. Básicamente se determinara que países compran cantidades masivas de nuestro producto.

Análisis de las Exportaciones

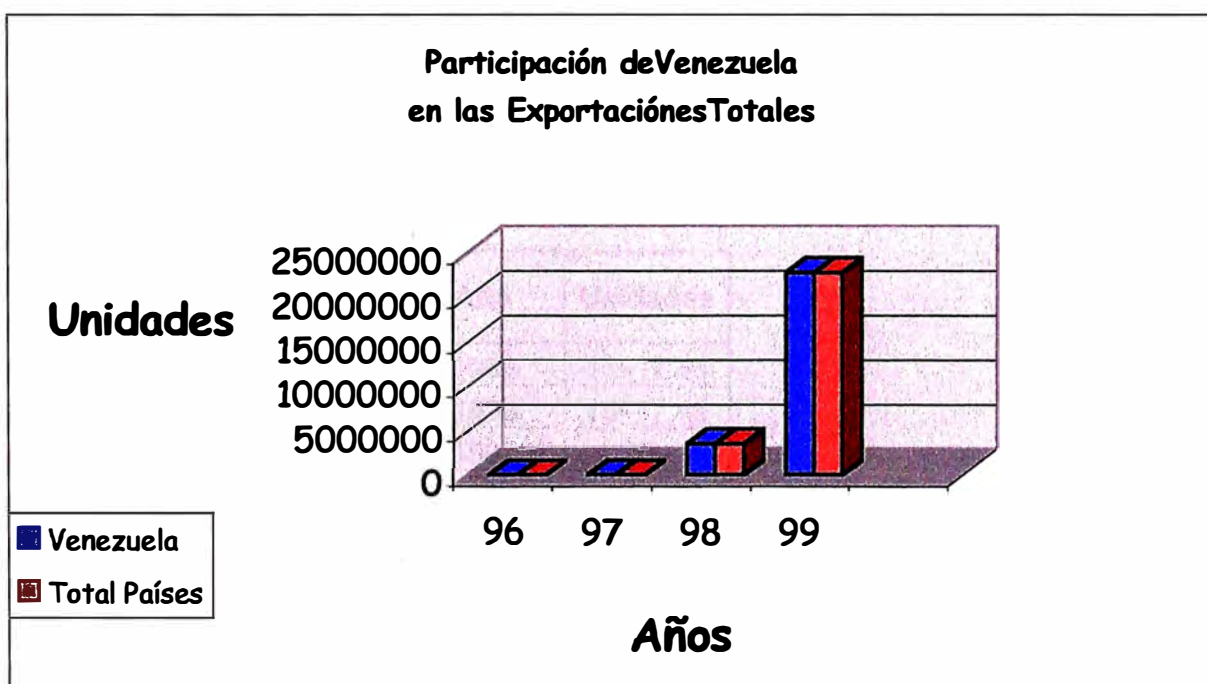
Basado en los volúmenes de exportación en los últimos años (1996 - presente) podemos inferir la alta participación de Venezuela en las exportaciones peruanas llegando a representar el 100% de las exportaciones a partir del año 1998. Por tanto se puede considerar como un mercado a tomar en

cuenta debido a que ya existe un grado de aceptación de la mercadería peruana por parte del mercado Venezolano.

Tabla 2.2.3.2
Exportaciones Peruanas
Representatividad de Países Destino

<i>País</i>	<i>Unidades</i>	<i>%</i>
Francia	1200	0.009%
Otros	212.2	0.002%
Venezuela	12683287	99.989%

Grafico 2.2.3.3



Asimismo al analizar los volúmenes importados por los demás países de América Latina (Anexo II) nos podemos percatar que Colombia importa cantidades considerables de nuestro producto; aunado a la cercanía geográfica con nuestro país disminuye considerablemente los fletes, seguro y demás costos

de transporte, convirtiéndose por consiguiente en un mercado potencial.

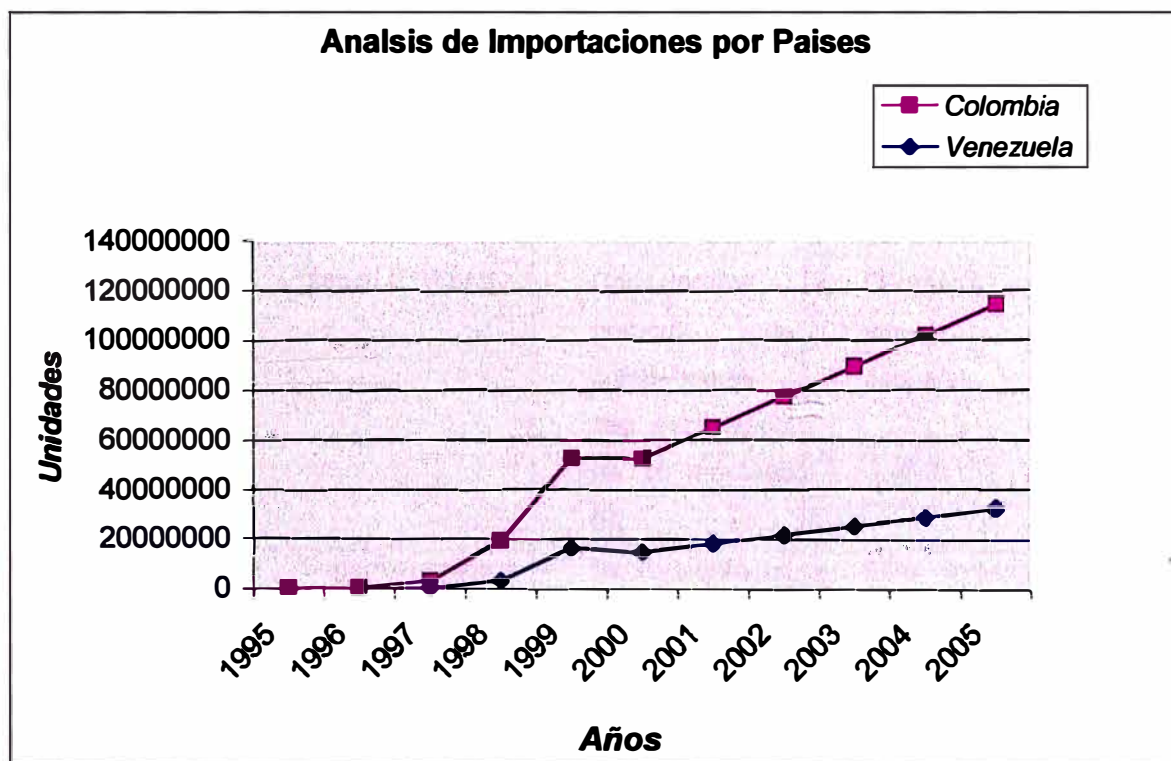
Tabla 2.2.3.3
Volumen Importado por Colombia

Año	Unidades
1995	15417.45
1996	185009.4
1997	3114325
1998	15987895
1999	36446851

Tabla 2.2.3.4
Volumen Importado por Venezuela

Año	Unidades
1995	15417.45
1996	15417.45
1997	0
1998	3145160
1999	16265409

Grafico 2.2.3.4



Fuente: Comunidad Andina

Mercado A3

El mercado A3 es un mercado informal el cual involucra precios bajos y niveles de calidad bajos, siendo la demanda existente muy pequeña para nuestros niveles de producción; asimismo a largo plazo este esta destinado a su extinción.

2.2.3.1 Posicionamiento

A continuación procederemos a realizar un análisis FODA a fin de determinar las fortalezas y debilidades de cada uno de los posibles mercados objetivo.

Tabla 2.2.3.1.1
Análisis FODA

<i>Tipo de Consumidor</i>	<i>Fortalezas</i>	<i>Oportunidades</i>	<i>Debilidades</i>	<i>Amenazas</i>
A1	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones climáticas propicias. • Facilidad en la gestión logística (entrega de mercadería al cliente) 	<ul style="list-style-type: none"> • Supermercados Peruanos Metro; Santa Isabel, E. Wong 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte participación por parte de Bolivia. • Considerable número de competidores con experiencia en el mercado (9) 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta calidad en el embalaje por parte de la competencia. • Demanda en el mercado Interno relativamente pequeña
A2	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda notablemente superior a la existente en los mercados A1 y A3. • Reducido número de países competidores. • Elevada participación de Perú en las importaciones Venezolanas desde 1996 	<ul style="list-style-type: none"> • Supermercados y Hoteles Venezolanos y Colombianos Metro; Santa Isabel, E. Wong. • Centros Naturistas de clase A • Flexibilidad para incursionar a diversos mercados en Latinoamérica, especialmente mediante la modalidad FOB. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se requerirá un excelente manejo en la Logística Comercial Internacional. • El producto deberá cumplir altos estándares de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Será indispensable poder diferenciarnos; gestión en el Comercio electrónico. • Será una característica trabajar con productos de alta Calidad en el embalaje
A3	<ul style="list-style-type: none"> • Precio relativamente bajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados minoristas (chifas ,parada y ferias) 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda reducida 	<ul style="list-style-type: none"> • Probable extinción de el comercio informal y productos sin ningún respaldo técnico- sanitario.

Basado en los diversos mercados observados **se opta por el Mercado A2** (Exportación hacia Venezuela y Colombia) por los siguientes motivos.

- Elevada demanda del producto en el mercado Colombiano, que es sumamente superior a la producción anual estimada para la planta de codornices propuesta.
- La probabilidad de penetrar en el mercado es mayor. Pronosticándose un grado de participación promedio de % **3.22**.
- Cercanía Geográfica lo cual permite disminuir costos de transporte de la mercadería.

Tabla 2.2.3.1.2

Proyecciones de la demanda Mercado A2

<i>Año</i>	<i>Unidades Colombia</i>	<i>Unidades Venezuela</i>	<i>Demanda Total</i>	<i>Producción Estimada</i>	<i>% Representatividad</i>
2001	46616200.8	18140171	64756372	1893663.462	2.92%
2002	55482776	21703144	77185920	2405747.596	3.12%
2003	64349351.3	25266116	89615468	2917831.731	3.26%
2004	73215926.6	28829089	102045016	3429915.865	3.36%
2005	82082501.9	32392062	114474564	3942000	3.44%

2.3 Fase de Proporción del Valor

2.3.1 Objetivos

Basados en el Mercado al cual deseamos posesionarnos se aplicara la Mercadotecnia Táctica a fin de determinar:

- Identificación de las empresas competidoras, así como un estudio cualitativo de dichos productos.
- Análisis de los precios en los mercados objetivos.

- Determinación de los canales de distribución.

2.3.2 *Análisis de empresas Competidoras*

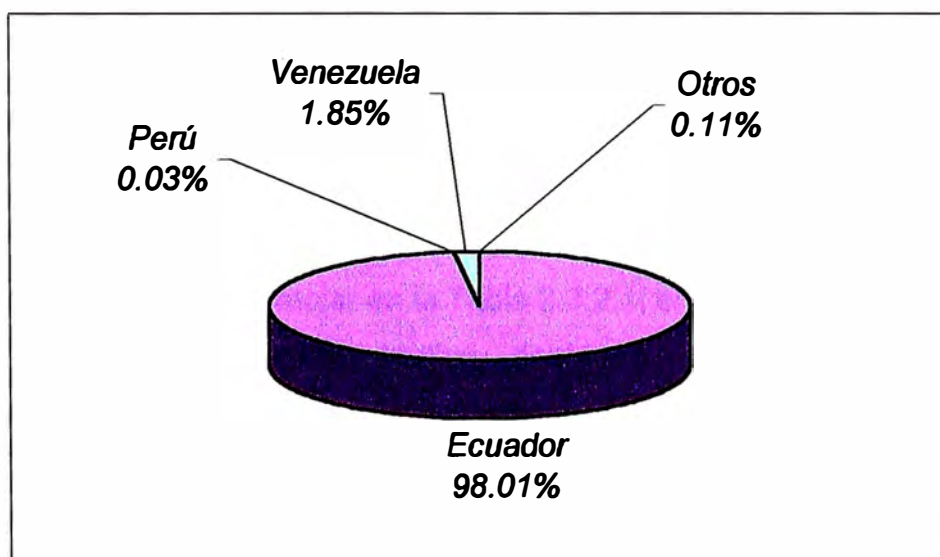
Basado en las estadísticas de Importaciones de Colombia y Venezuela (1995 - 1999) se determina que tanto empresas exportadoras provenientes de **Ecuador y Perú** constituyen nuestros competidores; a continuación se procede a identificarlas y definir las características de su producto en cuanto a su calidad y precio a fin de poder definir una adecuada estrategia de precios.

Tabla 2.3.2.1

Participación de las Importaciones a Colombia

Países	Total TN	%
Otros	4	0.111%
Ecuador	3545	98.009%
Perú	1	0.028%
Venezuela	67	1.852%

Grafico 2.3.2.1



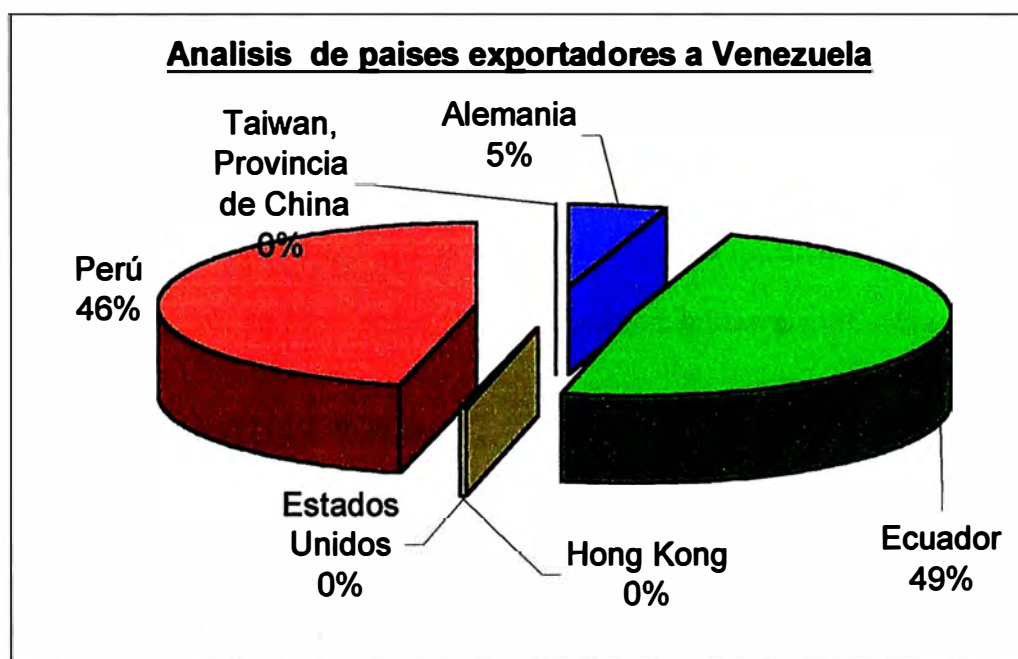
Fuente: Comunidad Andina

Tabla 2.3.2.2

Participación de las Importaciones a Venezuela

Países	Total TN	%
Alemania	63	5.0000%
Ecuador	613	48.6508%
Estados Unidos	2	0.1587%
Hong Kong	2	0.1587%
Perú	579	45.9524%
Taiwan, Provincia de China	1	0.0794%

Grafica 2.3.2.2



Fuente: Comunidad Andina

Detalle de Empresas Competidoras

Como se puede apreciar en la Tabla 2.3.2.1; el mercado Colombiano es un mercado cuasi cautivo, debido a que el 98% de las importaciones provienen de Ecuador.

Asimismo en el caso Perú, será necesario identificar las empresas peruanas que desde el año 1996 se han dedicado a exportar a Venezuela, constituyendo las exportaciones a dicho país el 99.9 %

de las exportaciones peruanas (Ver Tabla 2.2.3.2). A continuación presentamos la relación de empresas competidoras.

Tabla 2.3.2.3

Organización	Dirección	Teléfono	Fax	Ciudad
AGROINDUSTRIAL AVILPO CIA LTDA. makeka@telconet.net	Km. 19.5 Vía Chone-Quito	(593-4) 834306 09 963309	(593-4) 352719	Manabí
ANDINA DE COMERCIO "ANDICOM LTDA"	AV. MANABI 61020 Y BOLIVIA EDIF.. E L NAVEGANTE	(593-6) 984347 984348	(593-6) 982835	Tulcán
NUTREINA S.A.	CAR.PANAMERICANA SUR - 2132 , EL CARMEN –CHINCHA	10453631		Lima
MARTINEZ VARGAS DURANGO	JR. PACASMAYO - 117 , SALAVERRY –TRUJILLO	22968203		Trujillo
ESTUARDO MASIAS MARROU	LA CALERA - S/N , ALTO LARAN –CHINCHA	16353108		Lima

Fuente :Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones – Ecuador

2.3.3 Definición de la Marca

Se decide optar por el nombre **Codornox Trademark**, a fin de identificar el producto con la Codorniz. Asimismo, debido a la necesidad de generar una imagen internacional se opta por la Terminología Norteamericana.

La palabra Trademark indica que el producto posee una marca, la cual no puede ser usada o comercializada por otra empresa diferente a Codornox.

Grafico 2.3.3.1



2.3.4 Análisis de Precios Internacionales

2.3.4.1 Análisis Histórico de Precios

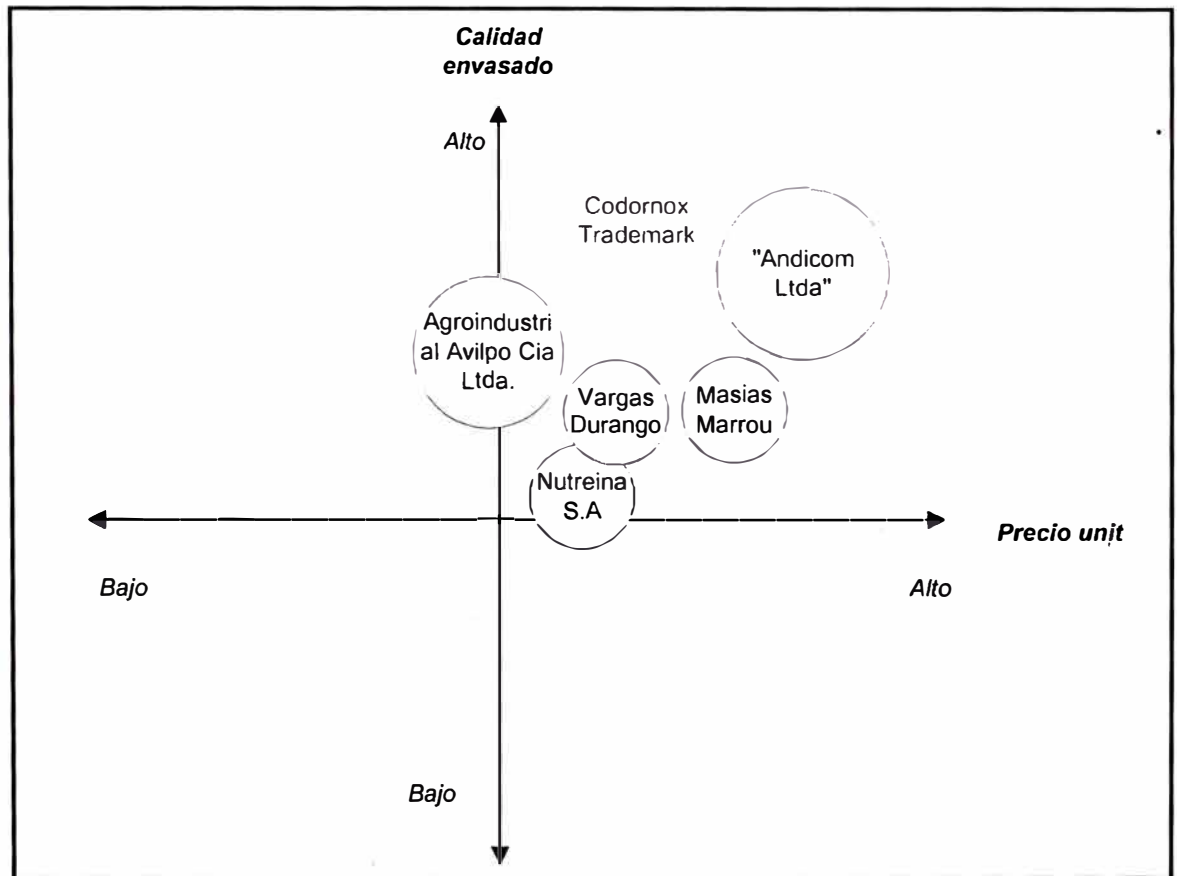
A continuación se presentan los precios de venta de dicho producto en el mercado Colombiano y Venezolano. Los datos mostrados se determinaron basados en un valor promedio de los precios de venta proporcionados por las empresas encuestadas (Ver anexo II).

Tabla 2.3.4.1.1
Relación Histórica de Precios

Año	Colombia (\$/Kg.)	Venezuela (\$/Kg.)
1996	3.44	3.42
1997	3.52	3.53
1998	3.45	3.5
1999	3.65	3.7
2000	3.72	3.78

Se observa pues que en los últimos años el precio real ha sufrido variaciones en décimas; a pesar de que a primera vista existiera un cierto grado de uniformidad en el precio, es necesario realizar un análisis de sensibilidad a fin de determinar la variación del precio, con la factibilidad del proyecto (Ver punto XIV).

Grafico 2.3.4.1.1



Basado en las diferentes encuestas realizadas a las compañías exportadoras así como los importadores (Ver Anexo II), definimos 2 cualidades que determinantes en nuestro producto: **Precio Unitario y Calidad de embalaje-entrega**. Acorde con las proyecciones económicas realizadas (Ver punto 7.6) se determino posicionar a Codornox como un producto de alta calidad y un precio intermedio.

2.3.5 Canales de Distribución

Las modalidades de distribución utilizadas por Codornox Trademark son presentadas a continuación:

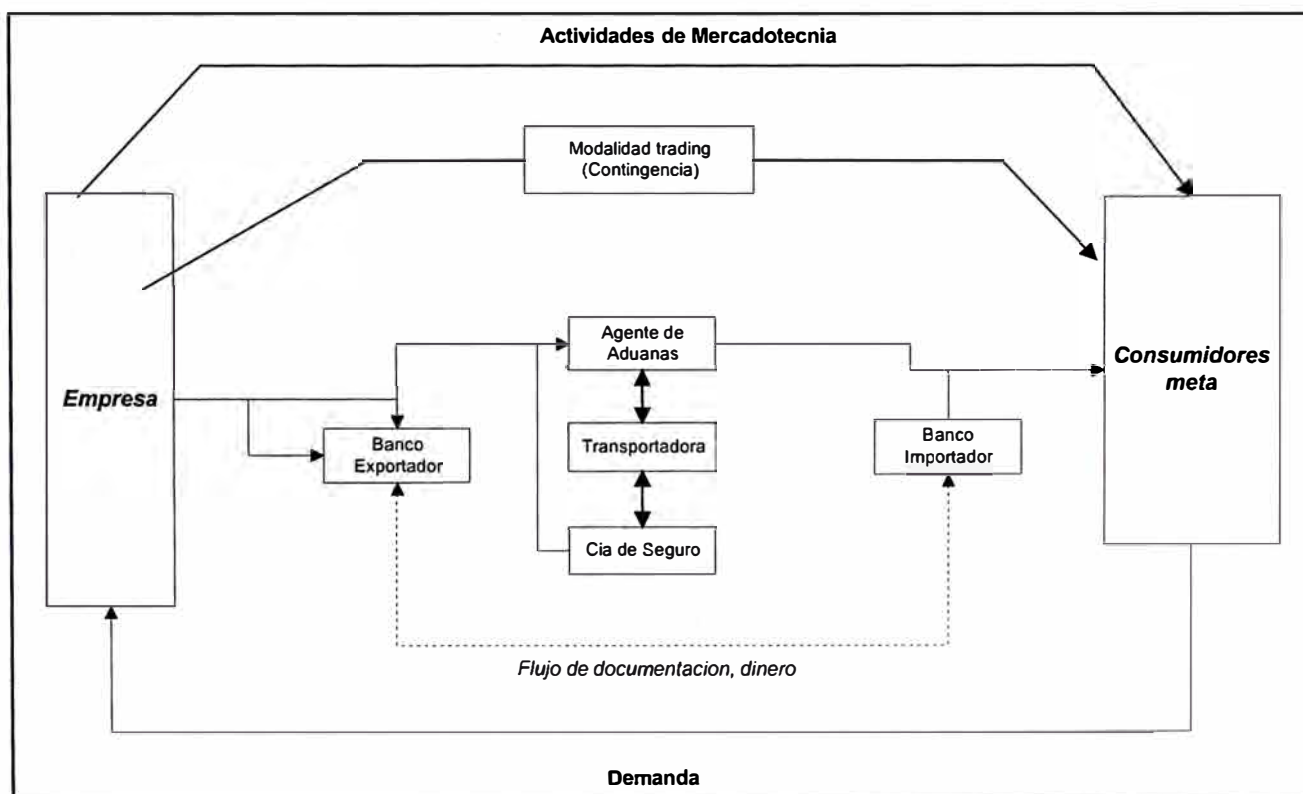
- **Modalidad directa**

En la cual se utilizara una unidad de transporte propia y en caso de requerirse apoyo en el transporte de la mercadería contrataremos al servicio de **DINET**. Es importante recalcar que como parte del servicio de entrega se deberá expedir certificados de salubridad proporcionados por una certificadora a nivel internacional por lo cual se opta por certificar con **INASSA S.A.**

- **Modalidad Indirecta**

A través de un Trading o distribuidor (**DataLink**) , este se utilizara como un plan de contingencia en el caso que se presente una orden de entrega que corra el riesgo de no realizarse a tiempo. El daño proporcionado por la ejecución de un servicio defectuoso será mucho mayor a la perdida ocasionada por la transacción.

Grafico 2.3.5.1



2.3.6 Políticas de Comercialización

Será indispensable que Codornox Trademark pueda realizar cotizaciones de posibles pedidos teniendo en consideración los siguientes aspectos:

La naturaleza del producto.

La coyuntura del mercado.

La situación económico- financiera del importador.

La situación económica, social y cambiaria del país importador.

Es recomendable tomar ciertas precauciones al conceder créditos, procurando obtener información sobre los importadores a fin de tener mayor confianza al tratar con ellos; además se deberá revisar minuciosamente las reglas y las condiciones de pago; las mas usuales son el pago adelantado, la cobranza, el crédito documentario.

a. El pago adelantado

Esta condición de pago no es muy usual en el comercio internacional debido a que el importador debe efectuar una remesa o pago por adelantado y se da normalmente cuando el importador conoce al exportador.

Esta condición es muy beneficiosa para el exportador, por cuanto le permite tener liquidez para poder comprar o producir las mercancías a exportar.

b. La cobranza

La cobranza, que puede ser a la vista o a plazo, es realizada siempre que el exportador tenga confianza con sus compradores en el exterior.

Podemos entender como cobranza, “El mandato que una persona otorga a un banco, para realizar las gestiones que se precisan en la obtención de la aceptación y/o cobro de documentos, que representan un compromiso adquirido previamente por una parte deudora y que deberán ser cubiertos en fecha determinada”.

Clases de cobranza

Simples

Consisten en letras de cambio, pagares, cheques y documentos similares, que no lleven ningún otro tipo de documentos, y que se utilicen como medio de pago.

Documentarias

Son los mismos documentos indicados anteriormente, con la diferencia de que llevan anexos otros tipos de documentos para ser entregados contra aceptación o pago, por ejemplo, documentos de embarque, facturas, pólizas de seguro, conocimiento del embarque, certificados de origen, etc.

Partes que intervienen:

- El cedente, que también puede denominarse vendedor o exportador.
- El banco remitente, que es la institución bancaria que recibe del vendedor los documentos probatorios de la exportación, y que deberán enviarlo a otro banco en el país importador para su cobro.
- El banco cobrador, que es la institución bancaria del país importador que recibe la documentación del banco remitente o cedente para tramitar su cobro.
- El girador, denominado también comprador o importador.

Procedimiento ante el banco del exportador

El exportador debe presentar los documentos de embarque a su banco con las instrucciones para su cobro. Generalmente, dichos documentos están conformados por la factura comercial, el conocimiento de embarque, el certificado de origen, etc.

El banco exportador envía los documentos de embarque y las instrucciones de cliente al banco del exterior, para que gestione el cobro según la modalidad de pago, sea a la vista o a plazos.

a. Crédito Documentario

El crédito documentario es un compromiso escrito contraído por un banco por orden del comprador, de efectuar el pago de una cierta suma al vendedor, en un plazo fijo contra entrega de determinados documentos que justifiquen el envío de determinada cantidad de mercancías.

Modalidades

Según el grado de protección el crédito documentario puede ser:

a. Crédito Documentario Irrevocable

El banco importador se compromete a pagar al exportador a través del banco local, aun en el caso de que el importador no pudiera hacerlo. Este compromiso no puede ser anulado unilateralmente.

b. Crédito Documentario Irrevocable y confirmado por el Banco Peruano

Brinda al exportador una doble garantía de pago, ya que el banco local en su calidad de confirmante, añade su propio compromiso y prestigio a la del banco del importador.

Formas de pago

a. A la vista

Modalidad por la cual el banco del importador, a través del banco del exportador, paga a este, cuando presenta los documentos de acuerdo a los términos y condiciones estipulados en el texto de crédito documentario.

b. De Aceptación

Modalidad por la cual el banco del Importador, a través del banco del exportador, paga a este, al vencimiento de letras giradas según plazo estipulado en el texto del crédito documentario.

c. Diferido (A plazo)

Modalidad por la cual el banco efectúa el pago a través del Banco del Importador después de un tiempo determinado. En este caso no se utiliza letras.

Documentos que debe presentar el exportador a su Banco

Los documentos solicitados por el importador para aperturar el Crédito Documentario son el conocimiento de embarque, factura comercial, póliza de seguro de transporte, lista de empaque, certificado de origen certificado o lista de peso, factura consular, etc.

Estos documentos deberán ser presentados dentro del plazo de vigencia establecido en el Crédito Documentario, cuidando no sobrepasar los 21 días de la fecha de emisión del Conocimiento del Embarque.

Carta dirigida al banco del exportador en el cual se enumeran los documentos entregados y se dan instrucciones sobre la distribución de los fondos provenientes de la exportación.

Procedimiento del banco (Del Exportador)

Antes de efectuarse el embarque de las mercancías, el cliente presenta el crédito Documentario adjuntando copia de la documentación del embarque.

Si el banco del exportador encuentra conforme la documentación de embarque entregada, la envía junto con su carta de remesa al banco del importador. De no estar conforme con los documentos, los enviara en aprobación, previo consentimiento del exportador.

Recibido el pago del exterior, el banco procede de acuerdo a las instrucciones del exportador.

Si el crédito Documentario irrevocable es avisado, el Banco local solo paga al exportador, si recibe el aviso de abono en su cuenta corriente mantenida en el banco corresponsal del exterior.

2. Suscripción del compromiso de entrega de moneda

extranjeras

Este registro ha quedado sin efecto desde la dación del D.S N° 06891 – EF del 27/03/91, que permite la libre tenencia, uso y disposición interna y externa de la moneda extranjera por parte de las personas naturales y jurídicas residentes en el país.

Cabe señalar que por D.S N° 005-92-ICTI/DM del 30/01/92, el ministerio de economía y finanzas (MEF) culminara la administración del Régimen de Comprobación y entrega de Moneda Extranjera a que se refiere el D.S N° 242- 87-EF y demás disposiciones modificatorias y complementarias.

Asimismo, el MEF ha quedado facultado para exonerar de sanción a las empresas exportadoras que hayan entregado extemporáneamente la moneda extranjera derivada de exportaciones. Precisándose que los compromisos de entrega de moneda extranjera con vencimientos posteriores al 27 de Marzo de 1991, están sujetos a lo dispuesto en el D.S N° 068-91-EF .

Términos y condiciones de entrega

En las ventas internacionales es de vital importancia definir claramente las condiciones o términos de entrega de las mercancías, ya que en base a ellos se determinan:

- Las obligaciones y derechos del vendedor (exportador) y del comprador (importador).
- La transferencia del riesgo y de la propiedad del vendedor al comprador.
- Los costos que debe asumir cada una de las partes.

En el comercio exterior existe el principio de que el contrato de compraventa internacional nace cuando las partes se ponen de acuerdo en el producto y en el precio. En principio, las partes son libres (le decidir que costos y obligaciones deben ser asumidos por cada una; sin embargo, pueden haber elementos que dificultan estos acuerdos, en caso de que los términos o condiciones de entrega no hayan sido claramente estipulados.

2.4 Fase de Comunicación del Valor

En esta etapa procederemos a avanzar la mercadotecnia táctica a fin de determinar nuestra fuerza de ventas, la promoción de ventas, la publicidad y otras actividades de promoción para informar al mercado acerca de la oferta.

Basado en los análisis anteriores la estrategia de **Codornox Trademark** se concentra en lo siguiente:

- **Utilización de embalajes de alta calidad y variedad de presentaciones, colocando siempre la etiqueta de la empresa en un lugar visible para el consumidor final.**
- **Realizar visitas a ferias internacionales a fin de captar nuevos clientes potenciales, así como afianzar la imagen de la empresa a nivel internacional.**
- **Creación de un Web Site cuyo objetivo será :**
 - Agilizar las comunicaciones entre la empresa y los diferentes clientes potenciales.
 - Generar una base de datos de las empresas relacionadas al rubro, básicamente se ofrece información relacionada al volumen de exportaciones realizadas a nuestro producto de manera todo usuario antes de acceder esta información

deberá suscribirse en forma gratuita ingresando datos de la empresa.

- **Asociación y suscripción de la empresa con los siguientes instituciones ADEX Perú, Pacto Andino así como las cámaras de comercio de Venezuela y Colombia.**
- **Basado en las información de empresas consumidoras enviar periódicamente cartas de presentación de la empresa adjuntando la muestra de nuestro producto con la finalidad de difundir nuestra marca.**

Tabla 2.4.1

Ferias Internacionales realizadas en el año 2000

Actividades	Mercado	Lugar	Fecha	Sector(es)
SIAL 2000	Francia	París	22 - 26 Octubre	Agro
PMA	EE.UU.	California	27 - 31 Octubre	Agro
Macfrut	Italia	Cessena	4 - 7 Mayo	Agro
Alimentaria Barcelona	España	Barcelona	6 - 10 Marzo	Agro
Foodex 2000	Japón	Tokyo	7 - 10 Marzo	Agro

Tabla 2.4.2

**Análisis del Costo de la Estrategia
de Marketing Convencional**

Acciones a realizar	Periodo				
	1	2	3	4	5
Viajes de Representación y muestras	500	500	500	500	500

CAPITULO III

EL WEB SITE Y LA ESTRATEGIA DE COMERCIO ELECTRONICO

3.1 Objetivo

La creación de un web site es una necesidad para poder competir en el mercado internacional captando y emitiendo información con los agentes involucrados en nuestro negocio. Por tanto la creación de un web site busca satisfacer los siguientes objetivos:

- Generar un sistema de información de mercadotecnia que permita captar a los clientes potenciales, así como futuros proveedores tratando de obtener la mayor información relacionada al perfil de nuestros clientes.
- Fomentar el uso del sistema de pagos vía web, en los cuales se reduce notablemente los gastos administrativos y acelera la velocidad de servicio.
- Agilizar el proceso de comercialización con el cliente, generando cotizaciones de servicio en tiempo real.

3.2 Sistema de Información de Mercadotecnia

Mediante el uso del Web Site de Codornox se busca generar un ciclo de información para la identificación de futuros mercados, empresas

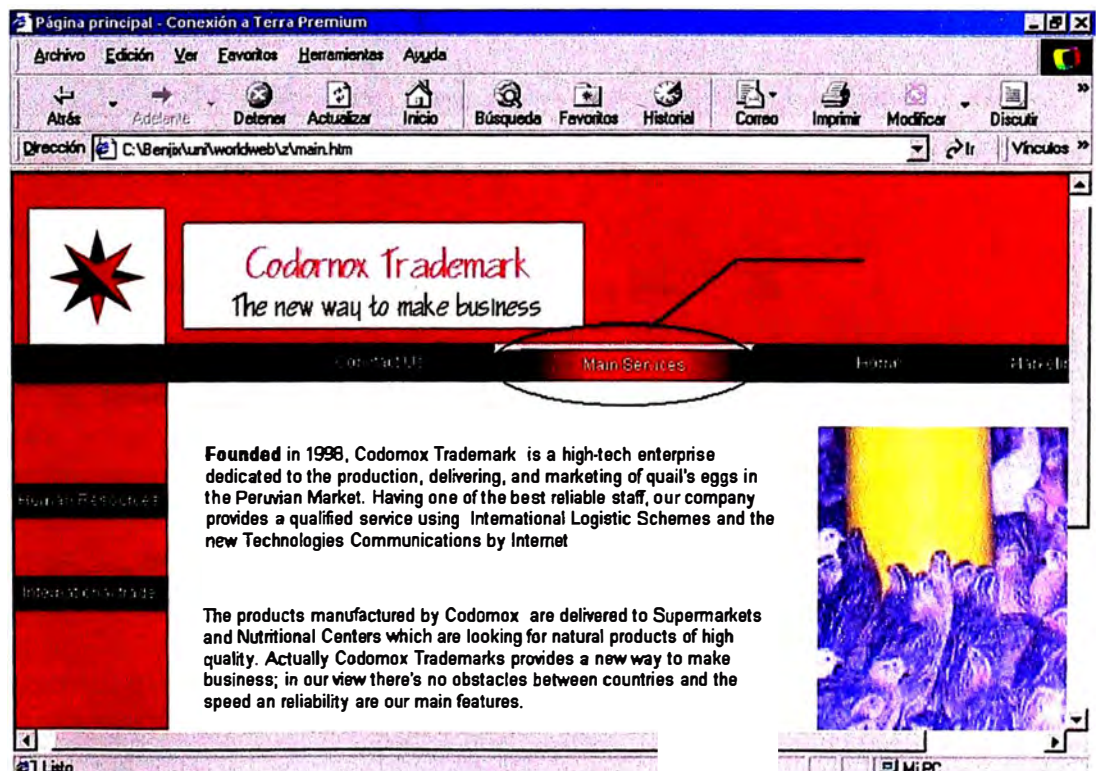
competidoras así como nuevas tendencias en el tipo de servicio de entrega que desea nuestro cliente.

3.2.1 Estrategia de captura del Cliente

Primeramente cabe destacar que debido a que Codornox se asociara a las principales cámaras de comercio como ADEX PERU o la Comunidad Andina, este figurara en el directorio de exportadores el cual es el principal punto de búsqueda de nuestros clientes potenciales.

Asimismo luego que nuestros clientes potenciales ingresen a nuestro web site, se les brinda la posibilidad de poder averiguar el precio de nuestro servicio, lo cual es una simulación de compra, entre los requisitos que ellos deben llenar se encuentran los datos de dichas empresas los cuales alimentaran a nuestra base de datos (historial de empresas).

Grafico 3.2.1.1



La información que se obtendrá consistirá en detalles generales como nombre dirección, mail y/o Web Site de la empresa, los cuales serán verificados con las instituciones de cada país a fin de verificar la veracidad de la información.

Grafico 3.2.1.2

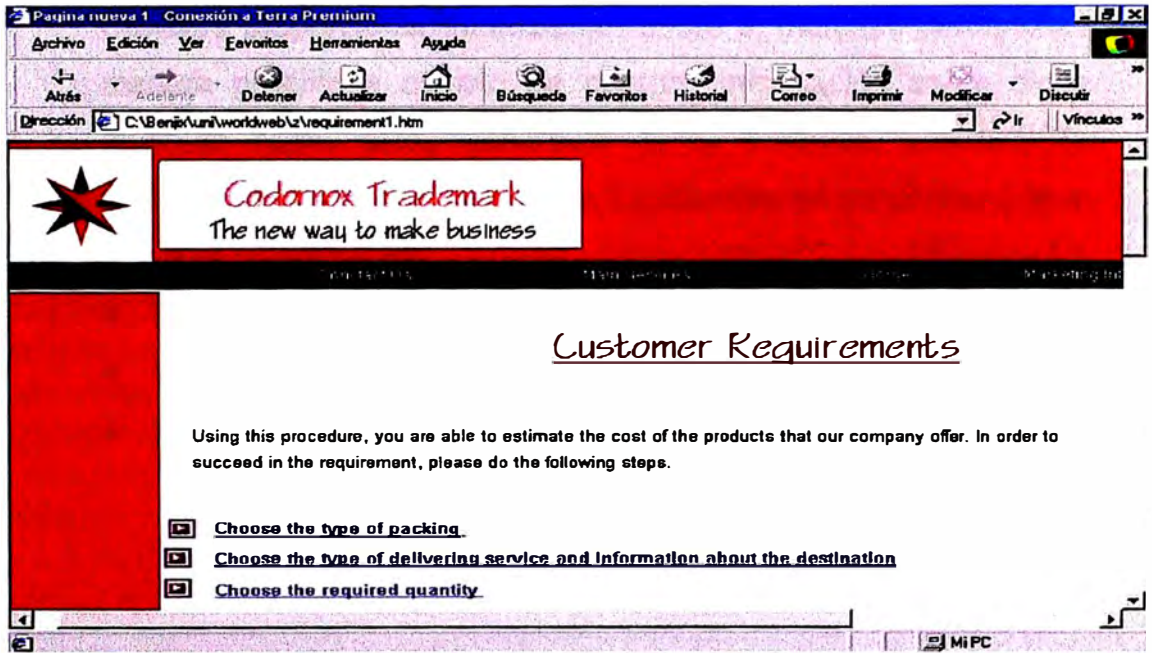
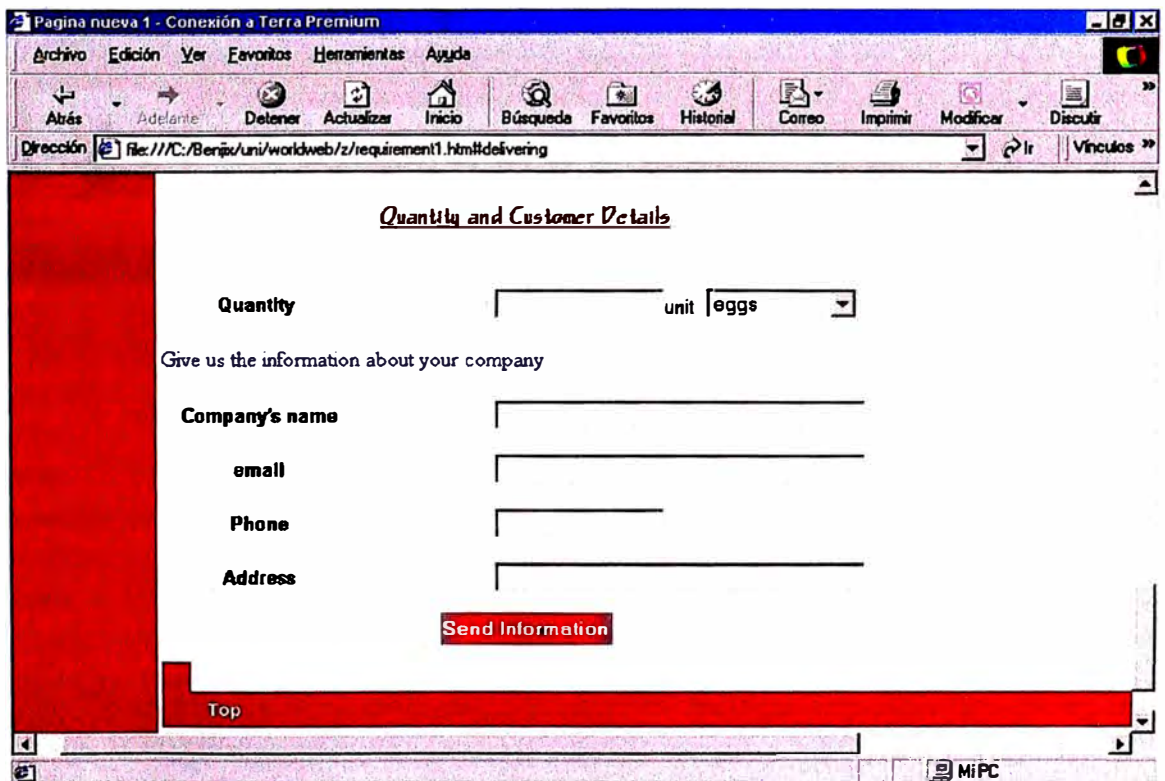


Grafico 3.2.1.3



3.2.2 Estrategia de monitoreo de la Competencia

Basados en el hecho de que resulta costoso y en cierto modo complicado encontrar información estadística sobre el estado de un producto en un mercado. Codornox Trademark ofrece la posibilidad a los futuros empresarios que desean incursionar en nuestro mercado proporcionar información sobre el mercado peruano de manera gratuita a cambio de reportar información sobre dicha empresa como datos generales de la empresa, volumen de producción mensual y utilidades. La información proporcionada al visitante consistirá en

- **Volumen de exportaciones, Importaciones**
- **Precios FIB/FOB**
- **Países involucrados**

Grafico 3.2.2.1

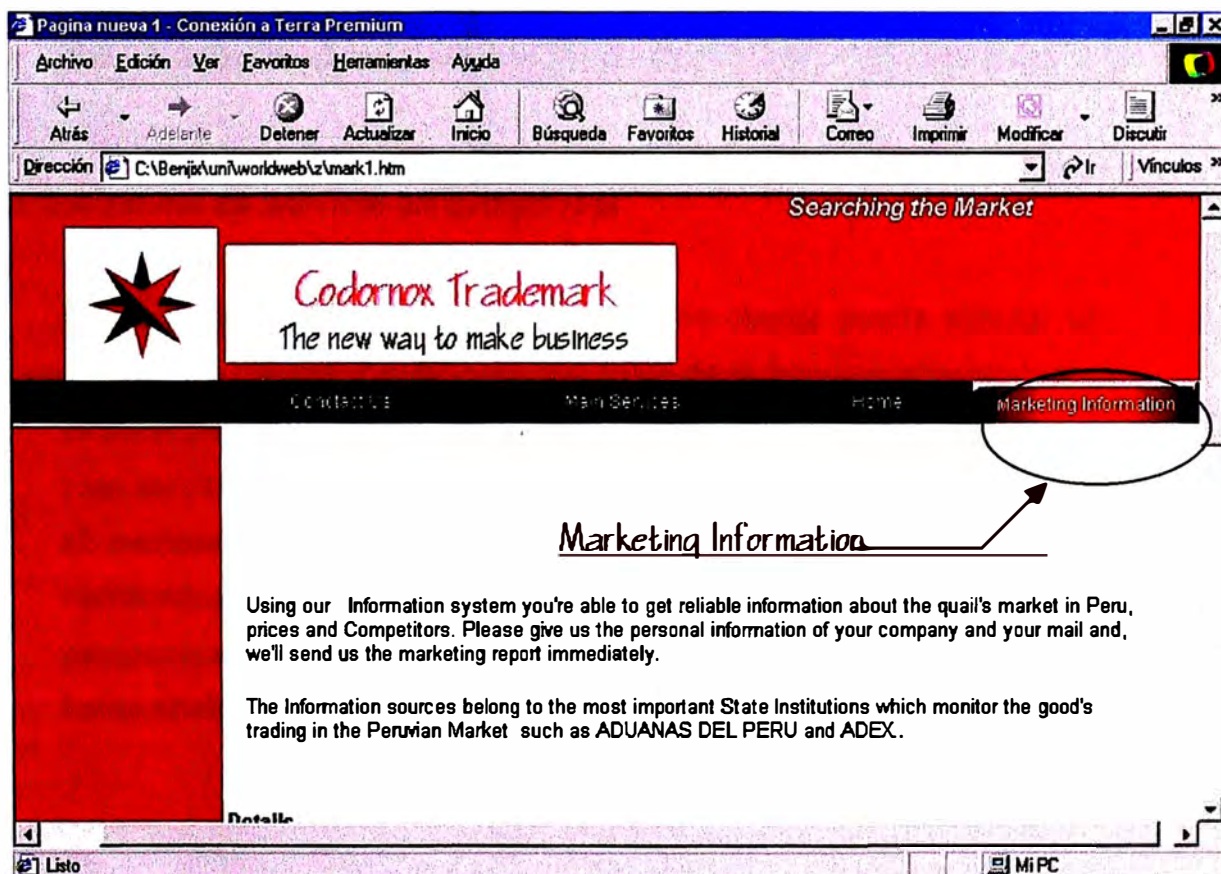
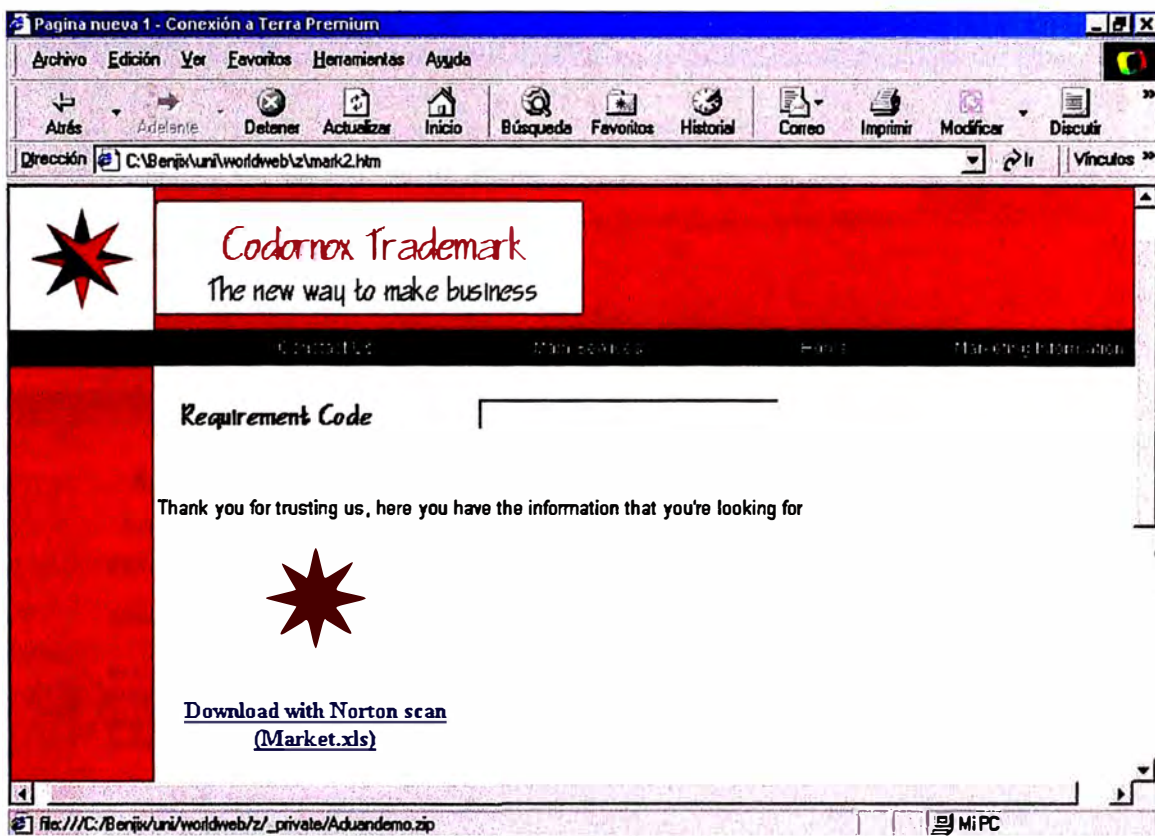


Grafico 3.2.2.2

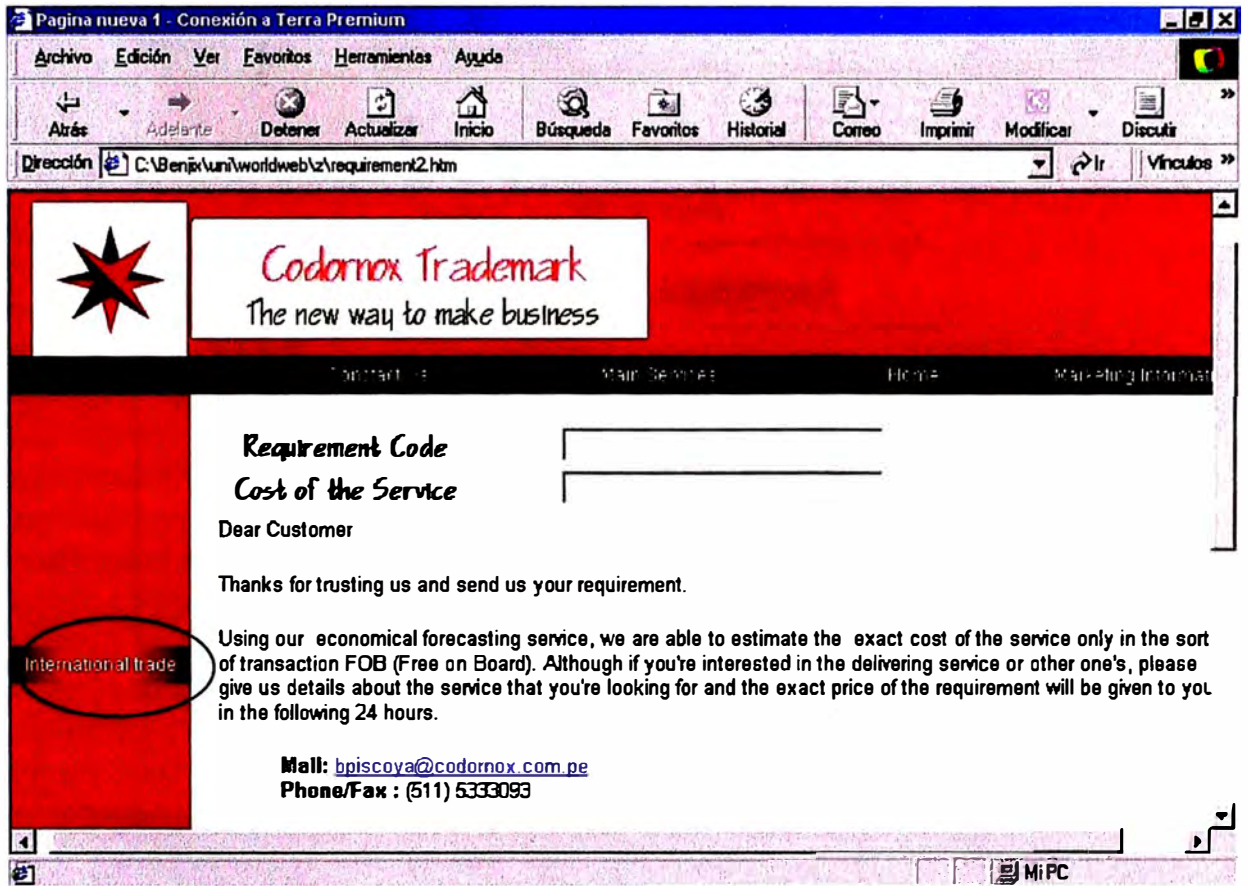


3.3 Cotización de Servicio en tiempo real

El presente servicio permite que el mismo cliente pueda simular un proceso de compra desde cualquier lugar de la Internet; ahorrándonos emplear personal dedicado a la cotización.

Este servicio nos da un 100% de confiabilidad en el precio FOB; pero si el interesado desea detalles especiales en la transacción como certificados de salubridad, Certificación por la SGS u otros el podrá personalizar su pedido y la empresa se compromete en un plazo de 24 horas enviarle vía mail la cotización exacta.

Grafico 3.3.1



3.4 Compra en tiempo real

Luego que nuestro usuario ha utilizado ha cotizado su requerimiento y esta dispuesto ha comprarlo, solo necesitara su código de cotización y su numero de cuenta corriente. Para que esto se pueda gestar se trabajara con VISA NET como nuestro proveedor; a pesar de el hecho de que a corto plazo existirá cierta desconfianza al comprar vía web, luego de un periodo de operación de 2 años; el cual es el periodo promedio, se pronostica que empieza a aumentar el numero de compradores vía web.

Grafico 3.4.1

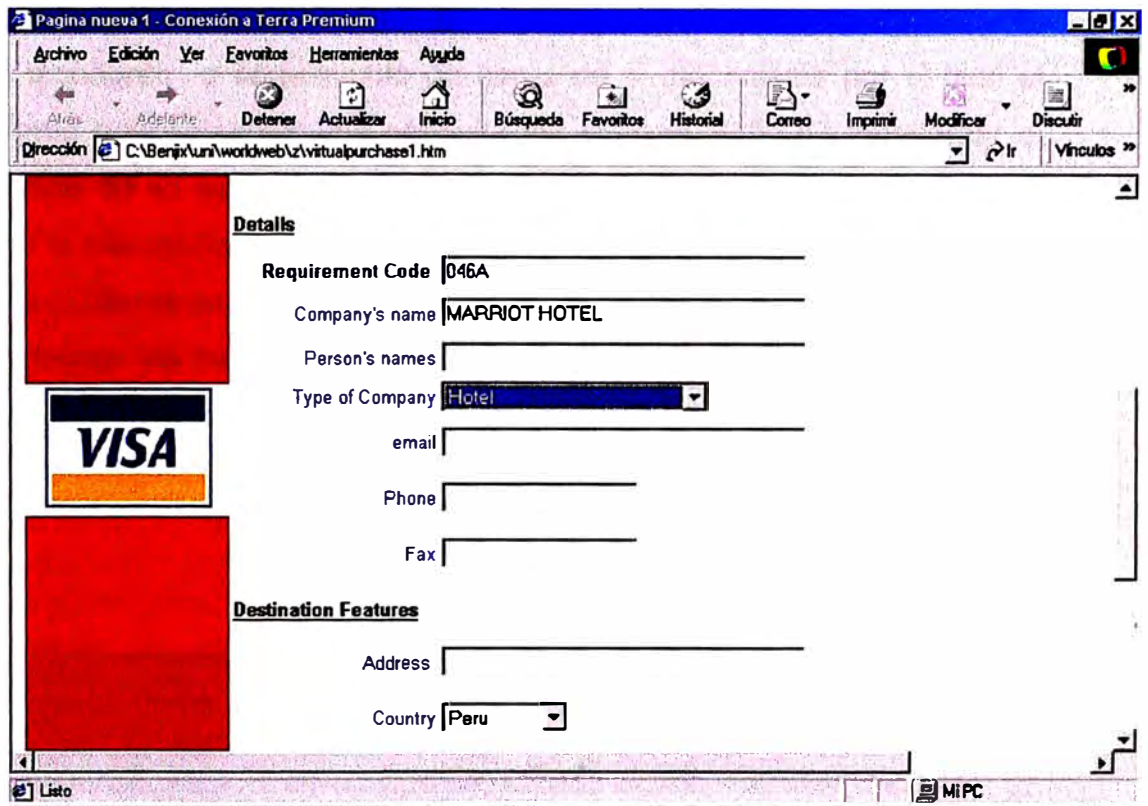
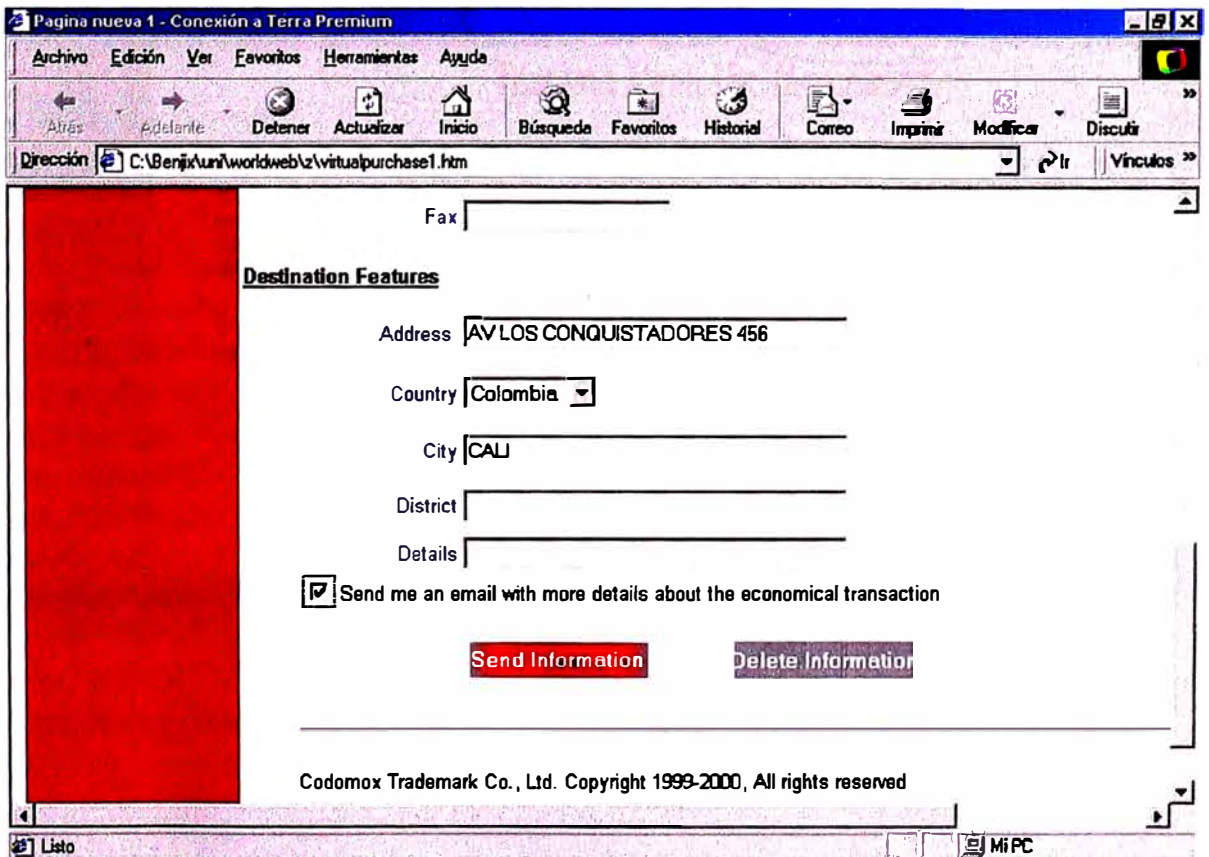


Grafico 3.4.2



3.5 Monitoreo de la Carga

El monitoreo o seguimiento de carga es el mecanismo por el cual el cliente podrá realizar una consulta vía Internet, a fin de monitorear el estado de su pedido, desde el momento que realiza la compra, hasta que la mercancía o carga es entregada a su destino final. Cabe destacar que el cliente deberá identificarse con su código, el cual es otorgado por Codornox vía mail la primera vez que éste realiza una compra, y con el código del requerimiento proporcionado por el Web Site en el momento que este realizo la simulación de compra.

Tabla 3.5.1

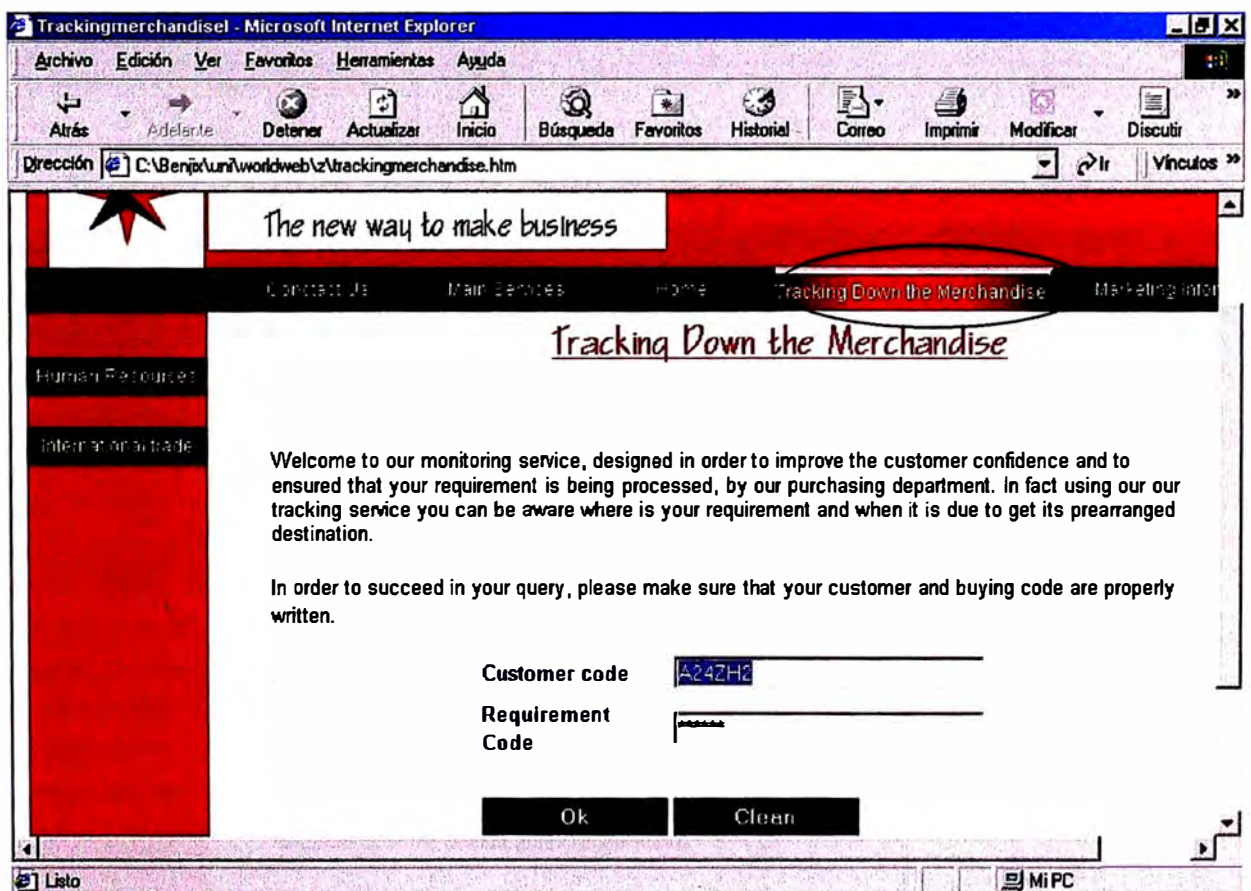
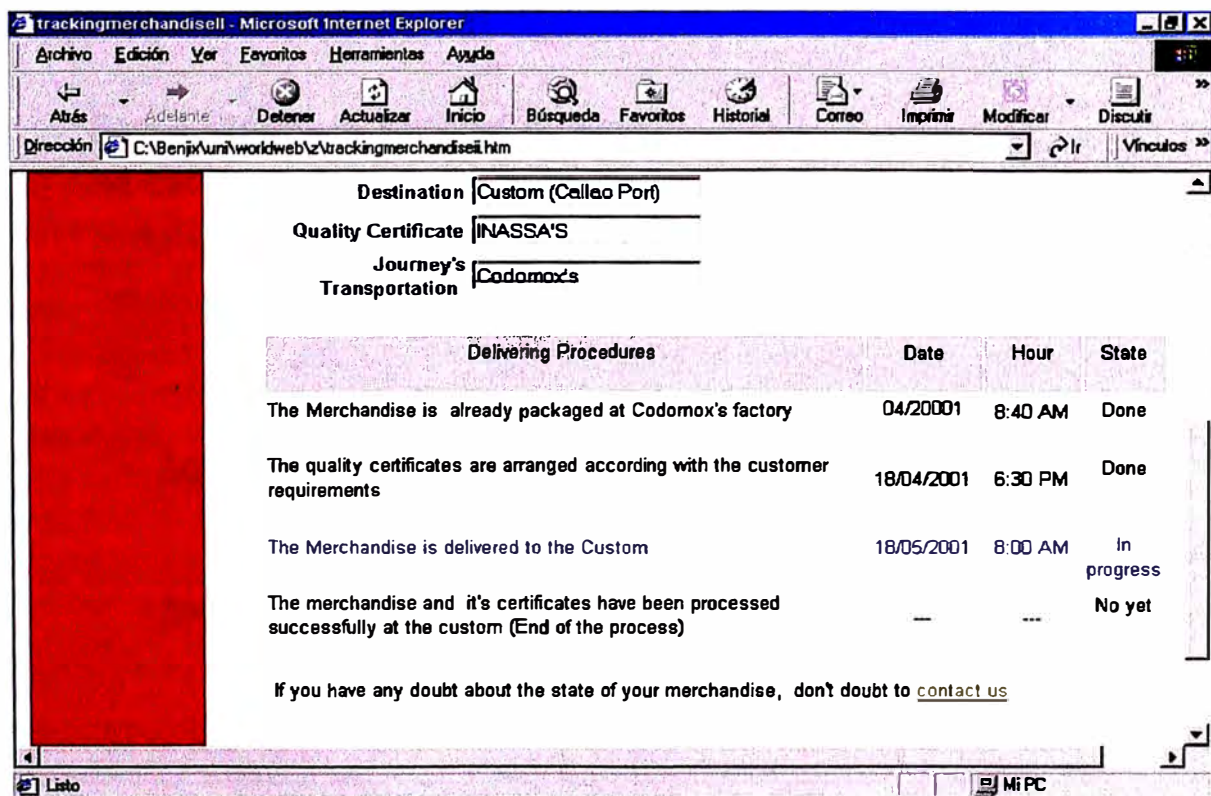


Tabla 3.5.2



Tabla 3.5.3



3.6 Determinación de Costos

A continuación se definen los servicios y requisitos para realizar el lanzamiento de nuestro web Site.

Servicio de Hosting

El Servicio de Hosting nos permite almacenar la información que los diferentes usuarios ingresan a nuestra pagina Web; constituyendo el nexo entre nuestro Web Site y la empresa. Se decidió utilizar a TS NET como nuestro proveedor

Diseño de la Pagina Web

El diseño de dicha pagina se encontrara acorde con estándares de calidad (Certificado Digital y otros Ver Anexo 03), además involucrara un nivel de programación intermedio que permita realizar cotizaciones. Se decidió utilizar a TS NET como nuestro proveedor.

Pagos a través de Cuenta Corriente

Se decidió utilizar a VISA NET por su cobertura Internacional. Cabe destacar que esta cobrara 2% del precio de venta por cada transacción virtual .

Tabla 3.6
Análisis del Costo de la Estrategia de Comercio Virtual

Acciones a realizar	Periodo				
	1	2	3	4	5
Creación de un Website (TS NET)	2500				
Servicio de Hosting (TS NET)	1000	1000	1000	1000	1000

Estudios de Mercado y Suscripción a ADEX y Cámaras de Comercio	200	200	200	200	200
Total (\$)	3800	1200	1200	1200	1200

3.7 Análisis Comparativo

A continuación se procede a comparar el impacto económico que producirá instalar un Web Site en contraste de un sistema convencional de distribución en los países de Venezuela y Colombia.

Propuesta Convencional

El sistema convencional de distribución requiere obligatoriamente el medio de recursos físicos en cada país destino los cuales involucraran depósitos desde donde se realizara la distribución y comercialización con los clientes; asimismo se necesitara como mínimo 2 representantes permanentes de la empresa para realizar la gestión. A continuación se realiza un análisis de los costos que incurriríamos.

PRESUPUESTO GASTOS LABORALES ADMINISTRADORES(Gastos de Admin y Grales)							
Año	Nº Trab	Sueldo Prom	Costo Anual	C.T.S	FONAVI(5%)	ESSALUD(2.5%)	Total
1	2	900	12600	1050	630	315	14595

Como se puede observar solo el costo de contratar 2 representantes de la empresa para cada uno de los países incurriría un gasto anual de \$14595 lo cual es una cantidad mucho mayor a la presentada, en la Propuesta Web. Debido a esta inferencia no será necesario continuar el análisis de los costos de alquiler del local , mobiliario y gastos de luz y electricidad de la empresa ya que seria en vano.

Propuesta Web

Acciones a realizar	Periodo				
	1	2	3	4	5
Web Site	3800	1200	1200	1200	1200
Viajes Representación (Ocasionales)+muestras	1000	1000	100	500	500
Total (\$)	4800	2200	2200	1700	1700

Trabajando a un COK del 10%, para la propuesta web se obtiene un valor anual de \$2651.533. Como éste es considerablemente menor a \$14595 (propuesta convencional), optamos por la segunda alternativa.

CAPITULO IV

TAMAÑO Y LOCALIZACION

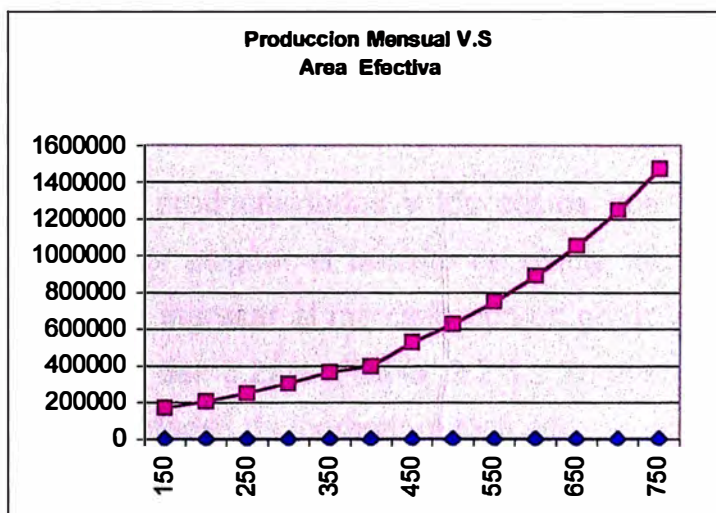
4.1 Tamaño

4.1.1 Tamaño Producción

A continuación se realiza una simulación a fin de determinar la variación de la producción mensual en función del área efectiva ocupada. Para esto se debe tener en cuenta que la productividad de una codorniz es de 45 huevos por mes y el espacio efectivo ocupado por esta es de $0,0225\text{m}^2$ lo que resulta un nivel de productividad mensual de 2000 huevos/ $(\text{m}^2 \times \text{mes})$. Asimismo se utiliza una tasa de eficiencia del 80% por tanto la producción real será de 1600 huevos/ $(\text{m}^2 \times \text{mes})$.

Tabla y Grafico 4.1.1

Área Planta	Producción Mensual (huevos)
150	167460,36
200	204938,05
250	249427,10
300	302130,20
350	364446,01
400	394200,00
450	524680,11
500	626677,78
550	746535,31
600	887200,47
650	1052089,37



4.1.2 Tamaño- Costo

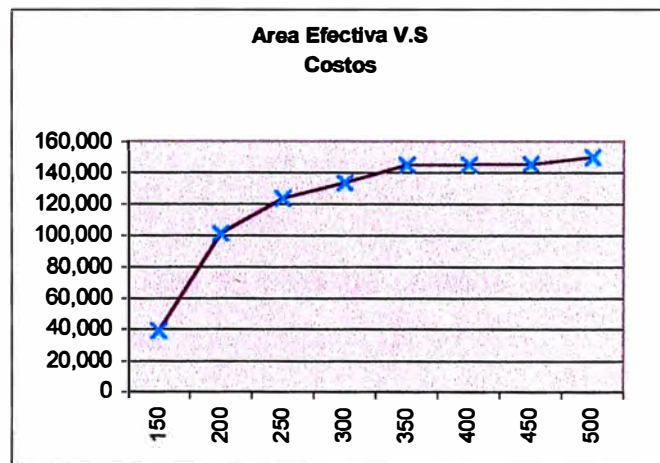
A continuación se procede a analizar la variación de costo en función al área de la empresa, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

El costo de alquiler, luz, agua, y teléfono se dividió entre el área total dando un valor de \$45.72/m²

El costo de operario es de \$1.2857/m², el cual se obtuvo dividiendo el costo mensual de un trabajador por el área efectiva utilizada. Cabe destacar que este costo es variable ya que el aumento de área efectiva no guarda una relación proporcional con el número de operarios.

Tabla y Grafico 4.1.2

Área Operativa	Costo Total
150	39123,58875
200	100946,78
250	123567,99
300	133567,9
350	144823,1187
400	145000
450	145509
500	150000



Basado en los niveles de productividades y los costos que estos involucran se opta por asignar el tamaño de planta de 400 m² el cual me permitirá ingresar al mercado con un grado de participación promedio del 3.22% (Tabla 2.2.3.1.2) que proporciona muchas posibilidades de ingresar al mercado.

4.2 Localización

Para la elaboración del estudio de localización se tomaron en cuenta las siguientes posibilidades Pachamac, Lurin y Ventanilla. A continuación se definen los criterios de selección.

4.2.1 Criterios de Localización

- **Condiciones Ambientales**

Basado en estudios técnicos realizados a dichos animales (ver anexo I), se concluye que tanto las condiciones climáticas así como el nivel de ruido, son factores determinantes en el nivel de productividad de las codornices.

- **Proximidad geográfica**

La zona específica será por la necesidad cercana a los proveedores de insumos, asimismo también se buscara la cercanía con algún puerto para disminución de costos de transporte del producto a exportar.

- **Mano de Obra**

Mano de obra adecuada confiable, la cual su nivel de salarios este dentro de los rangos pagados en la Costa

- **Luz, Agua y Teléfono**

Será necesario que la planta cuente con servicios de energía eléctrica, agua y una línea telefónica.

- **Terreno**

Debido a que no existe la necesidad de seleccionar un suelo con determinadas características; se buscara disminuir los costos del alquiler de este.

- **Accesibilidad**

La planta debe estar localizada de tal manera que sea posible acceder al circuito de carreteras.

4.2.2 Ponderación de factores

Tabla 4.2.2

FACTORES	% calificación	Pachacamac	Lurin	Ventanilla
Condiciones Ambientales	29.41%			
Clima	10	10	8	4
Factor ruido	10	9	9	6
Sub Total	20	19	17	10
Mano de obra				
Confiabilidad	8	7	7	4
Salarios	7	6	5	5
Sub Total	15	13	12	9
Proximidad geográfica	14.71%			
Proximidad puerto	3	1	1	2
Proximidad Insumos	7	6	4	4
Sub Total	10	7	5	6
Luz, Agua y Teléfono	14.71%			
Costos Generales	10	10	10	10
Sub Total	10	10	10	10
Terreno				
Costo	10	10	9	5
Sub Total	10	10	9	5
Accesibilidad	4.41%			
Acceso Carreteras	3	2	2	3
Sub Total	3	2	2	3
TOTAL	68	61	55	43

Basado en los resultados obtenidos deberemos ubicar nuestra planta en Pachacamac.

CAPITULO V

INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1 Producto

La cantidad de puesta de las codornices admirable: normalmente la codorniz del linaje C. C. japónica pone de 350 a 500 huevos al año; esto implica que hay un porcentaje (20 a 30 %) que pone 2 huevos al día en Estados Unidos han obtenido el 140% de producción, en el Perú se ha logrado obtener codornices de producción diaria de 1.5 huevos. En cuanto al valor nutritivo del producto, este posee una elevada energía metabolizable (16% de proteínas digestibles); entre los minerales de mayor importancia, figura el elevado contenido de hierro, calcio, fósforo y magnesio asimilable, que sirven para combatir el raquitismo y anemia de los niños. Asimismo, el alto porcentaje de ácido glutámico, que influye en el cerebro como factor de mayor inteligencia (es parte de la energía que necesitan las células neuronas).

5.2 Programa de producción

Basados en el punto 8.4.1.1 se especifica que la producción promedio de una codorniz hembra es de 1.8 huevos diario, debido a que presente el proyecto se inicia con 6000 hembras y considerando un porcentaje de eficiencia del 80% determinamos una producción de **2628000** huevos para el año 1 .

Basados en el mismo raciocinio pero con la diferencia que en el año 5 se contará con 9000 codornices, la producción estimada para el año 5 será de **3942000** huevos.

Sin embargo para la elaboración del proyecto es necesario suponer un escenario pesimista, por tanto asumiremos la producción para el año 1 como la cantidad mínima requerida para no ganar o perder (Ver Tabla 8.4.1.1); por tanto la producción en ese año será **2000615.38** huevos. Por consiguiente, basados en la información de la capacidad máxima y mínima de producción (punto de equilibrio) realizamos nuestro plan de producción tal como se muestra a continuación. Cabe destacar que el punto de equilibrio variará de acuerdo al escenario económico planteado, ya que en cada escenario planteado los costos de financiamiento varían. A continuación presentamos el plan de producción para uno de los escenarios planteados en el capítulo VIII.

Tabla 5.2.1

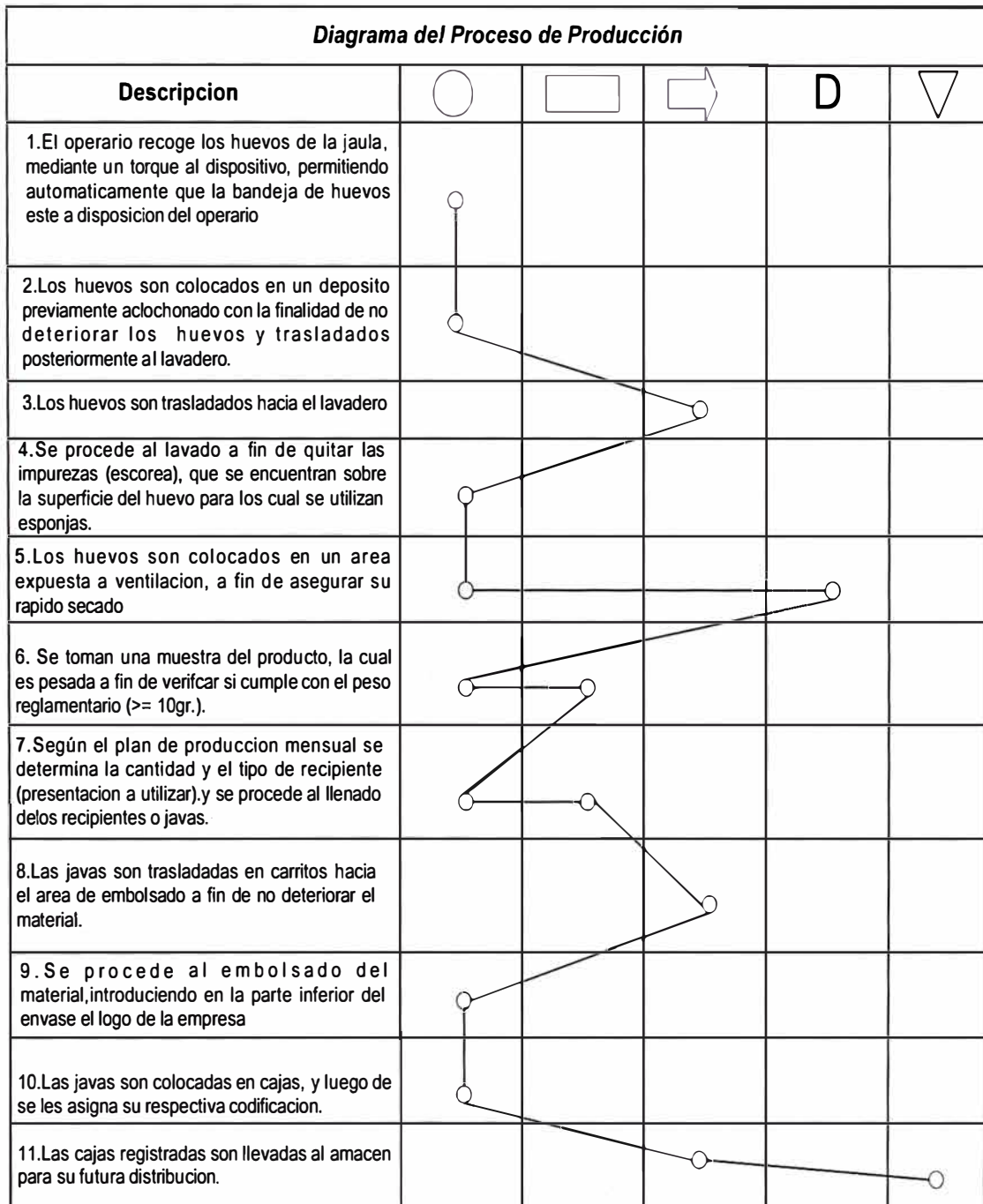
	Hembras	Machos	Total
Codornices	60000	30000	9000,00
Para años 2-5	9000	4500	13500,00

Codornices	
Prod Diaria (huevos/dia)	1,80
HUEVOS	
Peso(Kg.)	0,01

Programa De Producción					
Año	1	2	3	4	5
Prod Huevos (u)	2000615.385	2485961.538	2971307.69	3456653.85	3942000

5.3 Proceso de producción

Grafico 5.3.1



5.4 Maquinaria Utilizada

El proceso de producción de Codornox Trademark, básicamente es un proceso de recolección y embolsado, para lo cual se empleará un dispositivo multijaulas que nos permite obtener de una manera practica los huevos, disminuyendo el principal cuello de botella que se presenta en las granjas convencionales. A continuación les presentamos detalles de dicho dispositivo.

5.4.1 Diseño del dispositivo

5.4.1.1 Principios del Funcionamiento

El dispositivo en cuestión, se fundamenta básicamente en las siguientes conceptos:

- a. Es un mecanismo simple pero funcional tal que, basado en un simple torque, permite desalojar a todos los huevos existentes en cada jaula durante la recolección.
- b. La facilidad de controlar las jaulas involucradas en el proceso de recolección, es decir la creación de un dispositivo que manualmente pueda controlar el operario, a fin de determinar que jaulas son las que se desea tener rápidamente al alcance.

5.4.1.2 Descripción del Funcionamiento

Basados en los planos y en el diagrama funcional que exponemos en el trabajo se procederá a detallar el funcionamiento de todo el aparato tecnológico.

Análisis de la jaula

Como se puede apreciar en el plano, la jaula consta de las siguientes partes

a. Base

La cual es circular y ligeramente inclinada (6° hacia el centro) de la jaula. El objetivo de este diseño es permitir que los huevos puedan caer libremente y con una inclinación tal, que la caída de estos a la canasta sea lo mas suave posible.

b. Mecanismo de reemplazo

El cual consta de una canasta previamente acolchonada a fin de evitar que los huevos se dañen; la canasta se encuentra unida a una tapa ,las cuales forman en conjunto una especie de C.

La C evita que en algún momento el agujero de la base se encuentre descubierto , descartando así la posibilidad de que alguna codorniz se caiga. Tanto la canasta como la C poseen brazos de palanca con un eje en común, de tal manera que cuando el operario por medio de un manguito, genera un torque en eje común, todo el sistema gira uniformemente. Luego de efectuarse este la canasta queda fuera permitiendo la recolección, y al mismo tiempo el agujero de la base queda cubierto por la tapa plana.

5.4.1.3 Descripción del mecanismo control o selección de jaulas

El cual consta de las siguientes partes

a. ***Plataforma Circular***

La cual aloja en su superficie a las jaulas de codorniz de manera simétrica; esta girara según el mecanismo que a continuación exponemos. Se recomienda recubrir esta con plástico, a fin de evitar su deterioro.

b. Sistema de Rotación

El cual consta de un eje unido a otro mediante una faja, un motor trifásico de 1440 rpm. y un reductor de velocidad. El motor proporciona el movimiento, luego a través del reductor y la faja se logra disminuir la velocidad, de tal manera que el movimiento de la plataforma circular sea lo mas lenta posible.

c. Disco de Control

El cual presenta cuatro posiciones, de manera que cuando el operario por medio de un torque manual selecciona una de dichas posiciones , entonces la plataforma girara de tal manera que una determinada jaula quede al alcance del puesto de trabajo. Este sistema esta basado en impulsos eléctricos , y se encuentra en el mercado. Por la complejidad de este no se detalla, pero se creyó necesario explicar los principios básicos de su funcionamiento.

5.4.1.4 Cálculos Cinemáticas

Basados en estimaciones correspondientes al tiempo de embalaje , se determino que el tiempo intercambio entre una jaula y otra puede ser de 5 a 6 minutos. Basados en esa necesidad determinamos la relación entre los diámetros efectivos de los piñones.

Sea

D_1 : Diámetro de la faja 1

t : tiempo requerido entre 2 posiciones (5 min)

n : Eficiencia

i : Relación de transmisión

Pe : Potencia efectiva

	Faja	Rodamiento	Cónico
I	6	-	3.15
N	0.95	0.99	0.95

Pe = 4 Kw.

$$n_t = n_{faja} * (n_{rod})^2 * (n_{conico}) = (0.95) * (0.99)^2 * (0.95)$$

$$n_t = 0.884545$$

$$P_{ME} = Pe/n_t = 4/0.884545 = 4.522 \text{ Kw}$$

$$i_t = i_{faja} * i_{engrane} = 6 * 3.15 = 18.9$$

Seleccionando el Motor eléctrico según el catalogo obtenemos las siguientes características del motor:

$$P_{ME} = 5.5 \text{ Kw.} \quad 1440 \text{ RPM}$$

Recalculando (Análisis Real)

$$i_t = 1440/60 = 24$$

$$i_{faja} = i_t/i_{conico} = 24/3.15 = 7.62$$

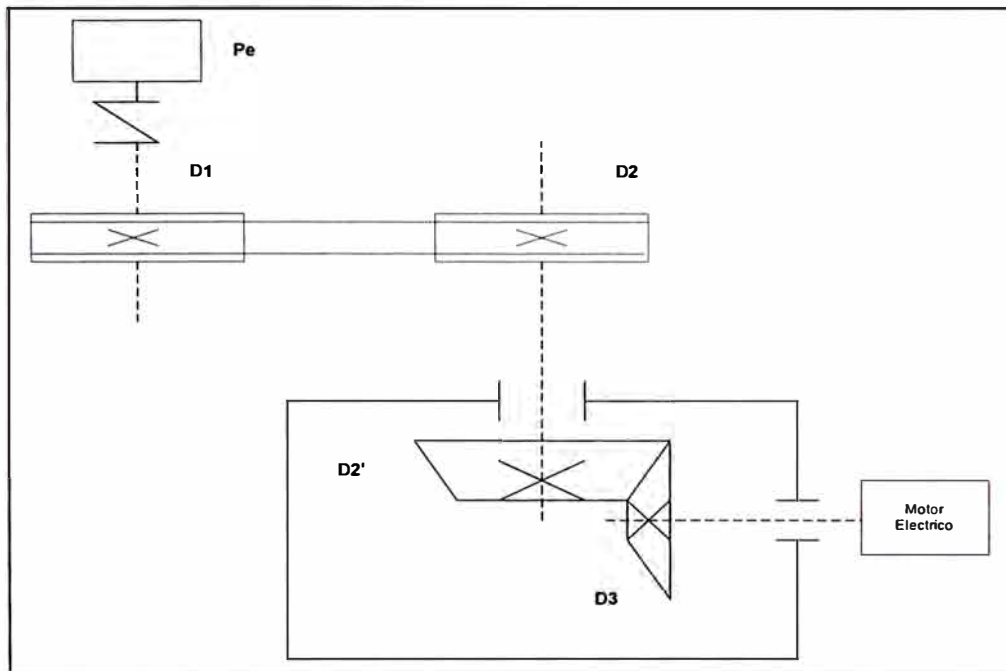
Como se busca que el tiempo de desplazamiento entre cada posición sea de 5 minutos :

$$W_1 = 2\pi/20*60 = 5.236 * 10^{-3}$$

$$\text{Sea } D_1 = 0.146 \text{ m como } i = D_2/D_1 = W_1/W_2$$

$$D_2 = 0.876 \text{ m} \quad W_2 = 0.8727 * 10^{-3} \text{ rad/seg}$$

Grafico 5.4.1.4.1

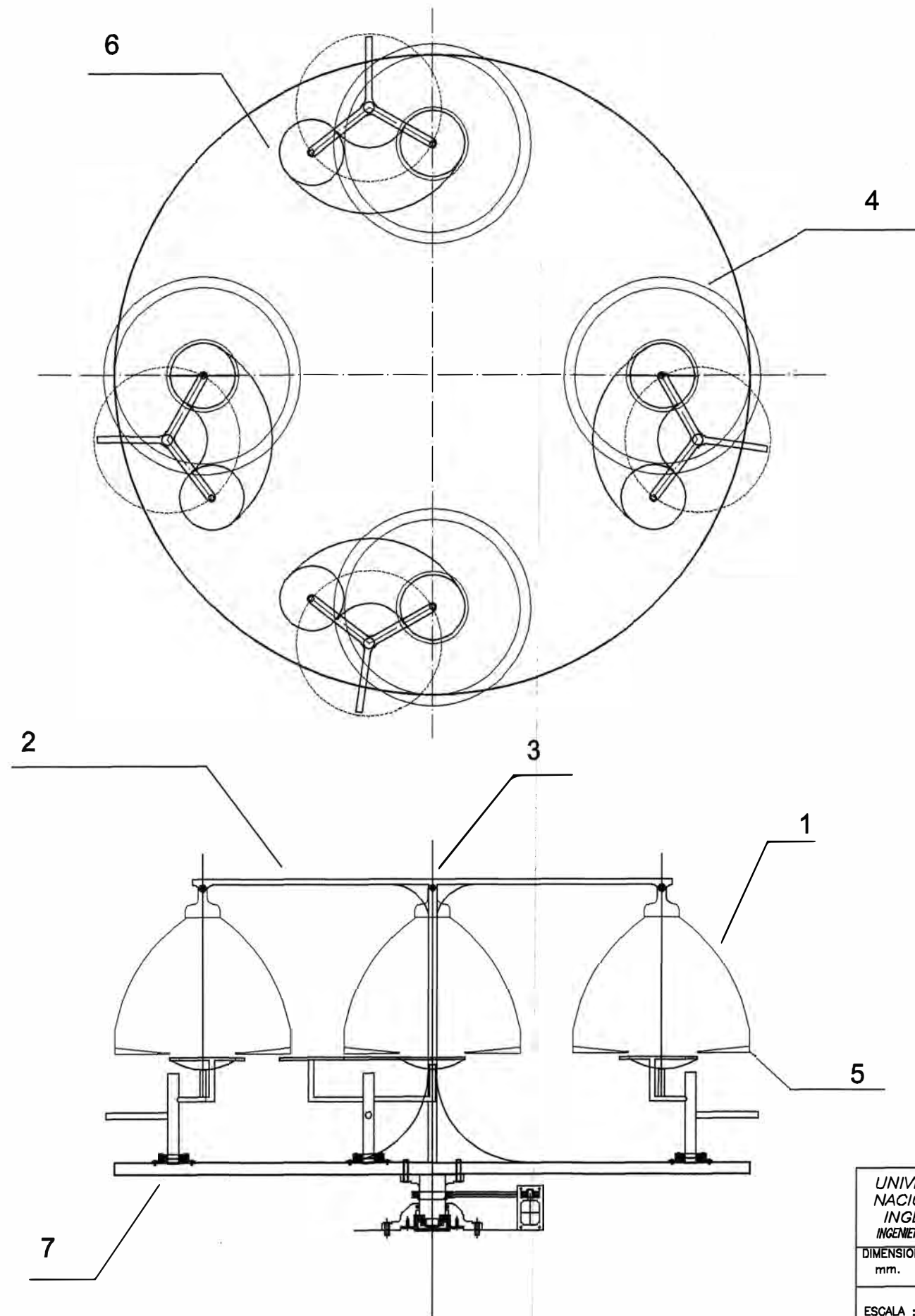


5.4.1.5 Materiales Utilizados

Tabla 5.4.1.5

Ítem	Cantidad	Descripción	Material
1	4	Jaula para Codornices	Alambre galvanizado
2	1	Soporte Principal	Acero SAE 1020
3	1	Eje principal	Acero SAE 1020
4	4	Comedero	Plancha galvanizada
5	4	Base Secundaria	Acero SAE 1020
6	4	Colector de huevos	Plancha galvanizada
7	1	Plataforma Base	Madera

DIBUJO AUTOCAD (DISPOSITIVO)



ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	MATERIAL
1	1	JAULA DE CODORNICES	PLANCHA GALVANIZADA
2	1	SOPORTE PRINCIPAL	PLANCHA GALVANIZADA
3	1	EJE PRINCIPAL	PLANCHA GALVANIZADA
4	4	COMEDERO	PLANCHA GALVANIZADA
5	4	BASE SECUNDARIA	ACERO SAE 1020
6	4	COLECTOR DE HUEVOS	PLANCHA GALVANIZADA
7	1	PLATAFORMA BASE	MADERA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA INGENIERIA INDUSTRIAL	MATERIAL :	SEGUN ESPECIFICACION DE DETALLE		TITULO :	
	NORMAS :	SEGUN ESPECIFICACION NORMA		PROYECTO CODORNIZ	
DIMENSIONES EN : mm. [PULG.]	CURSO:	DISEÑO DE HERRAMIENTAS Y DISPOSITIVOS		DISEÑO: DISTRIBUCION DE JAULAS	
ESCALA : 1/60	TOLERANCIAS GENERALES :	DIB. BENJAMIN PISCOYA	23/11/99	PROFESOR: ING. HUAMAN URETA	HOJA 1 DE 1
	LINEAL: ± 1.0	CODIGO:		ALUMNO: BENJAMIN PISCOYA SILVA	PROMOCION 99-II
	ANGULAR: ± 0.5	NOTA:		PLANTA CODORNOX	
	ENTRE CENTROS DE AGUJEROS : ± 0.5	APR.			

5.5 Requerimiento de Material

Para la alimentación de los animales se utilizara a Purina como proveedor (línea Codornina), sabemos también que el consumo diario de un animal es de 0.02 Kg. y que el precio de venta promedio por Kg. es de \$0.43.

Por otro lado Flexoplast nos proveerá los envases y las bolsas necesarias para el embolsado. A continuación se detallan los costos involucrados con la gestión.

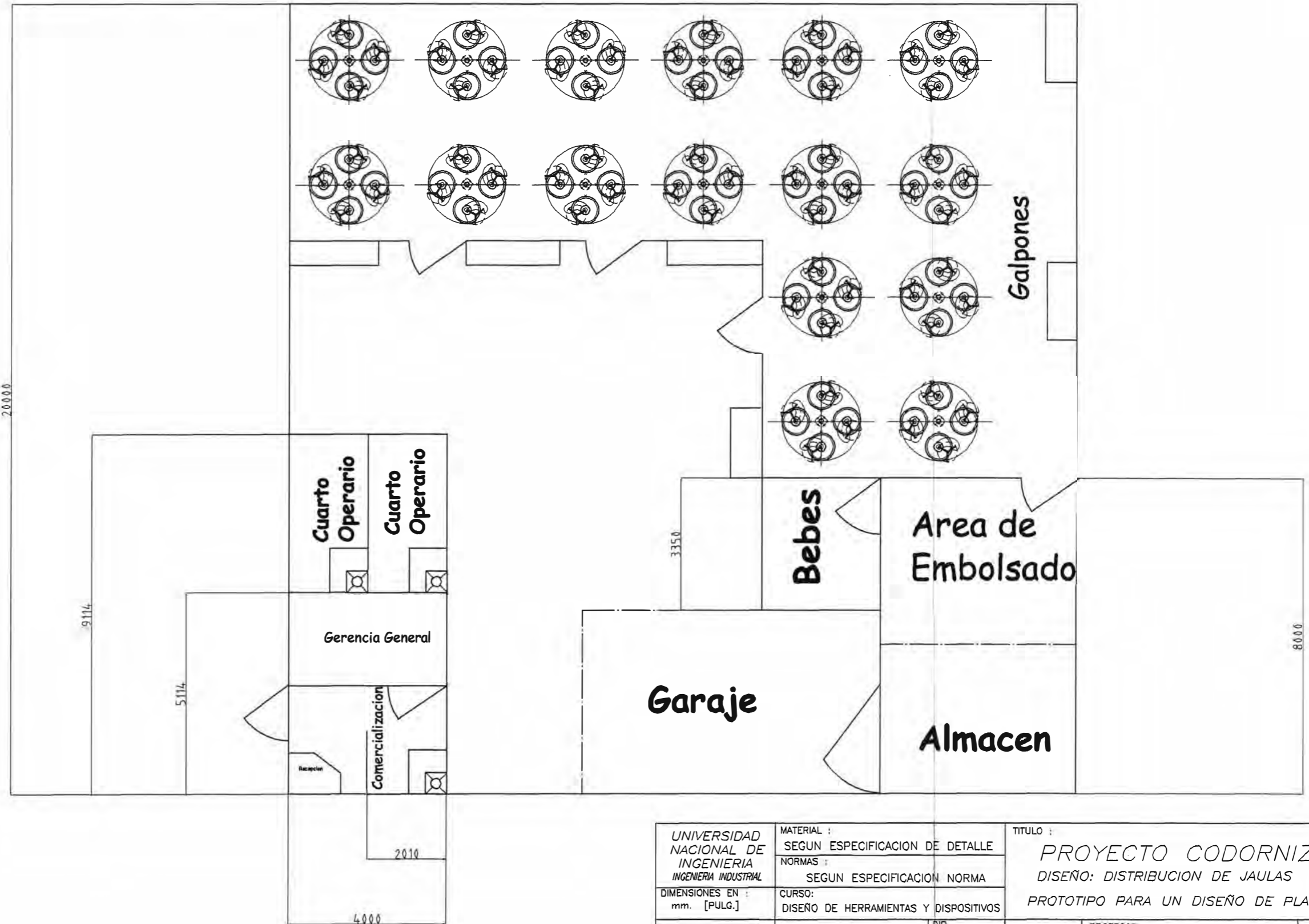
Asimismo se pronostica que anualmente se expedirán en promedio 40 certificados de calidad a un precio de \$20 por análisis de muestra realizado por **INASSA**. La estrategia a seguir es dividir la producción anual en 40 lotes y solicitar la certificación para cada uno de estos a fin de cumplir con los estándares de calidad para la exportación de huevos solicitados por la Comunidad Andina. (Ver Anexo IV).

Tabla 5.5.1

Año	Cantidad (Kg)	Costo	Costo Om. 3 (\$)	Embalaje (\$)	Certificados de salubridad INASSA	Total (\$)
1	65700.00	0.43	28157.14	\$250.00	\$800.00	\$29,207.14
2	98550.00	0.43	42235.71	\$250.00	\$800.00	\$43,285.71
3	98550.00	0.43	42235.71	\$250.00	\$800.00	\$43,285.71
4	98550.00	0.43	42235.71	\$250.00	\$800.00	\$43,285.71
5	98550.00	0.43	42235.71	\$250.00	\$800.00	\$43,285.71

5.6 Disposición de Planta

DIBUJO AUTOCAD (PLANTA)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA INGENIERIA INDUSTRIAL	MATERIAL :	SEGUN ESPECIFICACION DE DETALLE		TITULO :	
	NORMAS :	SEGUN ESPECIFICACION NORMA		PROYECTO CODORNIZ	
DIMENSIONES EN : mm. [PULG.]	CURSO:	DISEÑO DE HERRAMIENTAS Y DISPOSITIVOS		DISEÑO: DISTRIBUCION DE JAULAS	
ESCALA : 1/60	TOLERANCIAS GENERALES :	DIB. BENJAMIN PISCOYA	23/11/99	PROFESOR:	ING. HUAMAN URETA
	LINEAL: ± 1.0	CODIGO: 954014G		ALUMNO:	BENJAMIN PISCOYA SILVA
	ANGULAR: ± 0.5	NOTA:		PLANTA CODORNO	
	ENTRE CENTROS DE AGUJEROS : ± 0.5	APR.		REVISION	99-1

8000

Galpones

Area de Embolsado

Bebes

Garaje

Almacen

Cuarto Operario

Gerencia General

Comercialización

Recepcion

2000

9114

5114

2010

4000

3350

CAPITULO VI

POLÍTICA DE LOGISTICA COMERCIAL INTERNACIONAL

6.1 Generalidades

Debido a la importancia de una buena gestión de LCI, como parte indispensable del servicio brindado al cliente, es indispensable para la empresa poder comprender a cabalidad el proceso de exportación el cual se detalla en el presente capítulo.

6.1.1 Exportaciones

Se entiende por exportación la salida legal del país de mercancías nacionales o nacionalizadas con destino al extranjero; entendiéndose por nacionalizadas, las mercaderías extranjeras cuya importación definitiva se ha consumado legalmente.

6.1.2 Canales para la exportación

Los canales a ser utilizados en el negocio de exportación son variados, la selección del canal apropiado depende tanto de la disponibilidad de canales así como el grado de involucramiento del productor en el mercado externo.

Toda empresa sea productora o comerciante, que decide exportar, enfrenta un primer problema que podríamos definirlo como altamente expresivo, en el sentido de atender el suceso de la nueva empresa, para ello consideramos de vital importancia que la empresa tome conciencia de que la exportación no puede ser tomada como un proceso aislado, al margen de las otras actividades que tenga. Finalmente damos a conocer las diversas formas utilizadas para atender al mercado externo.

6.1.2.1 Exportación Directa

Se considera exportación directa, aquella realizada por el propio productor, el que deberá evaluar primero una serie de aspectos como son:

Delimitación del mercado o mercados a los que se desea exportar.

Identificación de las oportunidades comerciales recurriendo a los diversos Organismos vinculados al comercio exterior sean Nacionales o extranjeros.

Divulgación del producto en los mercados externos, a través de Oficinas Comerciales o Representaciones Diplomáticas peruanas en el Exterior.

Participación en ferias y exposiciones, que permiten que el producto sea mostrado y/o ofrecido al posible interesado a través de ambientes, especialmente diseñados para ese efecto.

Viajes de negocios, que son un buen medio para promover productos, pero que requieren de gastos representativos que deben ser asumidos por la empresa.

Estos y otros aspectos serían asumidos por el productor en forma directa, por lo que es importante, que el futuro exportador conozca los costos y riesgos que asume al hacerlo.

6.1.2.2 Exportación Indirecta

Es aquella exportación que se realiza a través de otra empresa; por ejemplo, utilizar una empresa comercial exportadora.

Para seleccionar la empresa, se debe evaluar su capacidad de operación en el ramo al cual está ligado el producto a negociar (experiencia, contactos, capacidad negociadora, etc.)

6.1.2.3 Exportación a través de un Trading

Trading es un consorcio o una empresa comercializadora, que compra en pequeña escala a varias empresas productoras, de preferencia a la misma línea.

En el Perú se denomina Trading a las Empresas Comerciales de Exportación No tradicional creadas por el Decreto Legislativo 292, siendo su objetivo principal la comercialización de productos de exportación no tradicional en el exterior. Estas empresas pueden dedicarse a la importación y comercialización interna siempre y cuando el valor de sus exportaciones no tradicionales, superen anualmente el de sus importaciones.

La Trading o empresa comercial de importación no tradicional, es uno de los canales de exportación más importantes que se le presentan al productor, ya que le facilita la colocación de sus productos en el exterior debido a:

- a. La no necesidad de tratar con un importador distante y de idioma diferente al usual del productor.

- b. La eliminación de costos y riesgos en la detección del mercado
- c. La misma simplificación anterior en el sentido de detectar al posible comprador en el mercado definido
- d. La no necesidad de conocer aspectos monetarios y fiscales del país comprador.
- e. La capacidad financiera del Trading, que permite al productor producir sin problemas de liquidez.

6.2 Base Legal

La aplicación, cumplimiento y seguimiento de lo establecido en el presente procedimiento de exportación así como los regímenes arancelarios y sanciones es de responsabilidad de las Intendencias de aduanas de la republica, de la intendencia nacional de sistemas y la intendencia Nacional de técnica Aduanera.

- Ley orgánica y Estatuto de la Superintendencia nacional de aduanas aprobados por decreto ley N° 26020 y resolución N° 0021 del 10/04/97, sus normas modificatorias.
- Ley General de Aduanas, Decreto Legislativo N° 809 del 14/06/96 y su reglamento aprobado por decreto Supremo N° 121-96-EF.
- Tabla de sanciones aplicables a las infracciones previstas en la ley general de aduanas, Decreto Supremo N° 121-96-EF.
- Ley de los delitos Aduaneros y su reglamento, aprobado por Ley N° 26461 y Decreto Supremo N° 121-95-EF respectivamente.
- Texto Único Ordenado del Código tributario, aprobado por decreto Supremo N° 135-99-EF.
- Ley del Impuesto General a las ventas e impuesto selectivo al consumo, decreto Legislativo N° 821.
- Reglamento de Comprobantes de pago, resolución de Superintendencia N° 007-99/SUNAT del 24/01/99.

- Ley de simplificación Administrativa y su reglamento, aprobados por Ley 25035 y decreto Supremo N° 070-89-PCM, sus normas modificatorias, complementarias y conexas.
- Medidas que garantizan la libertad de Comercio Exterior e Interior, Decreto legislativo N° 668 .

6.3 Régimen Arancelario

Basados en la información proporcionada por La Comunidad Andina podemos afirmar que para nuestro producto **existe un nivel de equidad arancelaria para las exportaciones** entre los países de Perú, Colombia, Venezuela, Chile y Ecuador siempre y cuando estos cumplan los Requisitos Comunitarios Andinos estipulados en la resolución 449 y 447 (**Ver Anexo**)

Arancel			
País exportador: Perú			
País importador: VENEZUELA			
<i>País Exportador</i>	<i>Subpartida</i>	<i>Arancel Nominal</i>	<i>Arancel Efectivo</i>
Perú	407009000	20	0
Arancel Comparativo			
País importador: VENEZUELA			
<i>País Exportador</i>	<i>Subpartida</i>	<i>Arancel Efectivo</i>	
Bolivia	407009000	0	
Colombia	407009000	0	
Chile	407009000	0(*)	
Ecuador	407009000	0	
(*) Este arancel proviene de un acuerdo negociado en otra nomenclatura por lo cual podría variar. Para mayor información remítase al arancel nacional.			

6.4 Procedimientos para exportar

6.4.1 Numeración de la orden de embarque

- El despachador de Aduana transmite vía electrónica a la Aduana de despacho, la información contenida en la orden de embarque, utilizando la clave electrónica que se le ha asignado, la cual reemplaza a la firma manuscrita.
- El SIGAD valida los datos transmitidos por el despachador de Aduana y de ser conforme, genera automáticamente el número correspondiente de la orden de embarque, en caso contrario, se le comunica inmediatamente por el mismo medio para las correcciones pertinentes.
- La conformidad otorgada por el SIGAD mediante el número generado es transmitido por el mismo medio al despachador de aduana, quien procede a imprimir la Orden de embarque para su presentación en Zona primaria, conjuntamente o una vez ingresada la mercancía.
- Los Despachadores oficiales y exportadores que opten por no transmitir electrónicamente su información, presentan ante las ventanillas del área de información lo siguiente: formato de la orden de embarque, autorizaciones especiales y solicitud para el reconocimiento físico de la mercancía en el local o recinto del exportador a corresponder.
- Para efectos del numeral precedente, el personal designado por el jefe del área emite la guía entrega del documento (GED), ingresando la información al SIGAD para la generación del respectivo número de la orden de embarque de resultar conforme. Caso contrario se devuelven los documentos al interesado consignado en la GED y los motivos del rechazo e ingresando dicha información al SIGAD.

- Los despachadores de Aduana pueden solicitar que las mercancías sean reconocidas físicamente en el terminal de almacenamiento, debiendo indicar para tal efecto en el rubro de “Observaciones” de la orden de embarque la frase “Solicita reconocimiento físico ” . En los casos de transmisión electrónica se consigna. Esta opción no es aplicable para las mercancías que deban reconocerse en los locales del exportador, las que se rigen por lo dispuesto en el numeral 11, rubro VI, Normas Generales.

6.4.2 Ingreso de mercaderías a zona primaria

- El despachador de aduana, ingresa la mercancía a la zona primaria (Terminal de Almacenamiento, Almacenamiento de las Compañías aéreas, zona adyacente a las aduanas, entre otras) como requisito previo a la selección aleatoria. Concluido el ingreso total de la mercancía, el almacenista estampa el sello de admitido o ingresado en el casillero 5.1 de la Orden de embarque, como constancia de ingreso a dichos recintos, consignando adicionalmente la cantidad de bultos y peso de la mercancía recibida, otorgando su visación por la veracidad de la información que suscribe. Para el caso de mercancías transportadas en contenedores, debe consignar los números, marcas y precintos de los mismos .
- Pueden exceptuarse de las acciones de ingreso a terminales las mercancías de gran peso y volumen o a granel (concentrado de minerales), los embarques por tuberías y los animales. Tratándose de estos últimos deben cumplir con el requisito de ser reconocidas físicamente para su embarque. Asimismo se exceptúan los casos en que la mercancía sea puesta a disposición de la Aduana en los lugares señalados por esta para aquellas jurisdicciones que no cuentan con terminales de almacenamiento o estos se encuentren

muy alejados de la intendencia.

6.4.3 Selección Aleatoria

- Para efectos de reconocimiento físico aleatorio de las mercancías, el despachador de Aduana presenta la orden de embarque numerada con los sellos, firmas, autorizaciones especiales de corresponder e información necesaria, ante el área de exportación de la respectiva intendencia de Aduana, la misma que debe coincidir con la información registrada en el SIGAD, con una antelación suficiente según el tipo y cantidad de mercancía que permite el embarque sin contratiempos, de resultar seleccionada a reconocimiento físico. En el caso de Ordenes de embarque se consigna el sello, firma e información necesaria de la empresa exportadora.
- La selección aleatorio se efectúa en las intendencias de aduana de la Republica las 24 horas del día; cuando la presentación de los documentos se cumple fuera del horario normal de atención, sábados, domingos o feriados, esta se realiza ante el área de oficiales de Aduana, debiendo dar cuenta de dicho acto al Área de exportación el primer día útil siguiente, mediante un reporte diario, emitido a través del SIGAD, adjuntando copia de la orden de embarque correspondiente.
- El personal designado por el Jefe del Área verifica el cumplimiento de lo solicitado en el numeral 9 precedente. De resultar conforme, ingresa al SIGAD el numero correspondiente de la Orden de Embarque correspondiente.
- Aquellas ordenes de embarque con mas de diez (10) días útiles numeradas no participan de la selección aleatorio, debiendo ser anuladas de oficio.
- Para fines de reconocimiento físico del SIGAD selecciona

aleatoriamente el 5% de ordenes de embarque numeradas, estableciéndose como mínimo, en caso este porcentaje no sea suficiente, cinco (5) reconocimientos físicos seleccionados por día. La condición de físico o documentario se indicara mediante el refrendo de la orden de embarque.

- Las exportaciones de mercancías referidas en el numeral 11 de normas generales, las restringidas, las exceptuadas en el caso de prohibidas y las que se numeran para ser exportadas por otra distinta están sujetas a reconocimiento físico obligatorio, no considerándose lo mencionado en el numeral anterior. Tampoco se considera en el 5%, aquellas mercancías a ser reconocidas físicamente a solicitud del despachador de aduanas.
- En el caso de mercancías no sujetas a reconocimiento físico, el personal designado por el jefe del área devuelve la documentación al despachador de aduana, quien deja constancia de la recepción, en el reverso del ejemplar de la orden de embarque que quede en poder del área de exportación, consignando su código de despachador y firma. La distribución de los documentos es como sigue:

Orden de Embarque:

En los casos en el que el tramite lo efectuó el Agente de Aduana:

Original (celeste) : Agente de Aduana

1ra. Copia (rosada) : Área de Exportación

En los casos en el que el tramite no lo efectuó el Agente de Aduana:

Original (celeste) : Agente de Exportación

1ra. Copia(rosada) : Despachador oficial, dueño o exportador

En todos los casos:

2da. Copia (Verde) : Terminal Almacenamiento

3ra. Copia (Naranja) : Exportador

4ta. Copia (Amarilla) : Puesto de control en Aduanas de frontera.

6.4.4 Reconocimiento Físico

- Las labores de reconocimiento físico se efectúan las 24 horas del día, inclusive los Sábados, domingos o feriados. Los oficiales de Aduana se hacen cargo de aquellas mercancías que soliciten a reconocimiento fuera del horario normal de atención . Para los despachos que se realicen por la Aduana aérea del callao, los especialistas de aduanas en el salón internacional u oficiales de Aduana, efectúan estas labores, debiendo dar cuenta en ambos casos de dicho acto al área de exportaciones el primer día útil siguiente, mediante un reporte diario, emitido a través del SIGAD.
- El reconocimiento físico se efectúa en presencia del exportador y/o despachador de aduana y/o representante del almacén para los casos de terminales de almacenamiento, debiendo el despachador de Aduana presentar la orden de embarque acompañada de las autorizaciones especiales, de corresponder.
- El especialista en Aduanas u oficial de Aduana según corresponda, determina aleatoriamente entre las mercaderías seleccionadas, aquellas que reconocerá físicamente, inclusive en el caso de contenedores que transporten un mismo tipo de mercadería declarada, en la que no es necesario la apertura o verificación del llenado total de estos. El mismo criterio puede aplicarse una vez abierto cada bulto, cumpliéndose con una o varias de las siguientes actuaciones, luego de reconocer las mercancías comparándolas con lo declarado: extraer muestras para el análisis químico y extraer etiquetas que señalan las características del producto.
- Concluido el reconocimiento físico el especialista en Aduanas u Oficial de Aduana coloca el precinto respectivo de ser carga única

(contenedores) y consigna como parte de la diligencia el número de bultos reconocidos. El presente numeral es de aplicación también para el reconocimiento físico en los locales del exportador. El reconocimiento físico puede efectuarse en turnos en caso de ser necesario. En estos casos la responsabilidad de diligenciar la orden de embarque corresponde a los especialistas de Aduana u Oficial de Aduana que participen en la labor de reconocimiento.

- Producto del reconocimiento puede presentarse 2 situaciones:

Reconocimiento físico sin Incidencia

Practicando el reconocimiento y de no haber incidencia, el especialista en aduana u oficial de aduana registra el resultado en el recuadro respectivo de la orden de embarque e ingresa la información correspondiente al SIGAD en el día bajo responsabilidad, debiendo los oficiales de aduana cuando corresponda, entregar las ordenes de embarque debidamente diligenciadas al área de exportación.

Reconocimiento físico con Incidencia

Encontrar mercancías que resulten prohibidas sin haber sido declaradas como tales.

Presunción de fraude o delito

En ese caso el especialista de Aduanas u oficial de Aduana formula el informe correspondiente al jefe del área de exportación para la determinación de las acciones legales pertinentes. En caso que las incidencias sean subsanadas, este último podrá disponer la continuación del despacho, para lo cual el especialista de aduanas u oficial de Aduana deja constancia del hecho en su diligencia.

Diferencia de mercancías consignadas y encontradas

Si el especialista de aduanas u oficial de aduana constatará la diferencia entre lo consignado y lo desconocido, no sujeto a causal de suspensión del despacho, procederá a realizar las enmiendas

respectivas en la orden de embarque anotando tal situación en su diligencia, debiendo ingresar dicha información al SIGAD.

- El reconocimiento físico en general se efectúa de acuerdo a lo dispuesto en el procedimiento de reconocimiento físico de mercancías (INTA-PE.00.03), inclusive cuando las mercancías requieran de análisis químico (extracción de muestras sin interrumpir el despacho)
- Culinado el reconocimiento físico, se devuelve al despachador de aduana la orden de embarque debidamente diligenciada registrando la diligencia en el SIGAD; a excepción de los casos de reconocimiento con extracción de muestras, en los cuales el original de la orden de embarque es devuelto con el resultado del análisis químico correspondiente. Tratándose de mercancías transportadas de una aduana de origen a una salida con boletín químico, debe entregarse el original de la orden de embarque antes del resultado del análisis químico, a fin de recabar el sello de salida.
- La responsabilidad del personal de Aduanas encargado de realizar el reconocimiento físico, culmina una vez realizada dicha diligencia, quedando la mercancías bajo la responsabilidad del terminal de almacenamiento o exportador de ser el caso.

6.4.5 Anulación de la orden de embarque

- Los despachadores de aduana efectúan vía transmisión electrónica la anulación de las ordenes de embarque no refrendadas o no sujetas reconocimiento físico. El SIGAD comunica por el mismo medio la aceptación o el rechazo del envío. El terminal de almacenamiento permite el retiro de la mercancía previa presentación de la orden de embarque y verificación de la

anulación en la pagina web de aduanas.

- La anulación de la orden de embarque seleccionada o reconocimiento físico, se solicita mediante expediente, el mismo que sirve para el retiro de la mercancía de los terminales de almacenamiento, previo control del oficial de aduanas de turno.

6.4.6 Control de embarque

- Las mercancías deben ser embarcadas dentro del plazo de diez días útiles contados desde la fecha de numeración de la orden de embarque, llevando la aduana operativa un registro de aquellos despachadores de aduana que excedan dicho plazo, para las acciones correctivas pertinentes.
- Los terminales de almacenamiento, bajo responsabilidad, al momento de presentar al área de oficiales de aduana la relación detallada de contenedores a embarcarse, además de los datos que consignan normalmente en el documento mencionado , adicionan el numero de la orden de embarque, fecha de numeración y precinto de aduanas que consigna en el documento de embarque.
- Los terminales de almacenamiento y despachadores de aduana, cuando el reconocimiento físico se efectúa en los locales del exportador, son responsables del traslado y entrega de las mercancías a la compañía transportista en la zona de embarque.
- Previo al embarque los oficiales de aduana verifican el numero de contenedores y relación detallada de estos según la información mencionada en el numeral 27 precedente, constatando el estado exterior de los bultos y/o embalajes y que los sellos y precintos de seguridad estén correctamente colocados, verificando que no hayan sido manipulados o alterados.
- De constatarse que los bultos y/o contenedores se encuentren en mala condición exterior, o exista indicios de violación de los sellos

o precintos de seguridad, el oficial de aduana emite el informe respectivo a su jefe inmediato, quien solicita al área de exportación la designación de un especialista en aduanas para que se efectúe el reconocimiento físico de las mercancías. En caso esta incidencia suceda fuera del horario normal de atención, el reconocimiento físico lo realiza un oficial de Aduana, dando cuenta el primer día útil siguiente al área de exportación mediante informe. De ser conforme, se autoriza la salida de las mercancías, caso contrario, se emite el informe respectivo para la aplicación de las acciones legales que correspondan.

- La compañía transportista verifica el embarque de las mercancías y anota en el casillero 8 de la orden de embarque, bajo responsabilidad, la cantidad de bultos efectivamente embarcados así como el peso bruto total, firma sello, fecha y hora en que termino el ultimo embarque. Tratándose de mercancías no sujetas al reconocimiento físico y transportadas en contenedores, adicionalmente consignan los números, las marcas y precintos que los identifican.

6.4.7 Control de embarque para mercancías transportadas de una aduana de origen a otra de salida

- El transportista o los representantes de la empresa consolidadora de carga o el despachador de la aduana , presentan ante la aduana de salida, la orden de embarque debidamente diligenciada por la aduana de origen.
- El oficial de aduana designado, verifica la documentación y constata que los bultos, sellos, y precintos de seguridad se encuentren en buenas condiciones, de ser conforme, emite de manera inmediata la visación respectiva en el casillero 9 de la orden de embarque, consignando además la firma y sello de

conformidad, el número de vehículo que realiza el traslado, la cantidad total o parcial de bultos que transporta, así como la fecha y hora en que culminó el último embarque o salida.

- De constatarse que los bultos y contenedores se encuentren en mala condición exterior o existan indicios de violación de precintos aduaneros, el oficial de aduana emite el informe respectivo a su jefe inmediato para que se efectúe el reconocimiento físico de las mercancías. Realizado dicho reconocimiento y verificado que la mercancía corresponde a los datos consignados en la documentación presentada se procede de acuerdo con el numeral anterior .
- En caso de existir incidencias el oficial de la aduana emite un informe al jefe inmediato quedando inmovilizado la mercancía que se encuentre en situación irregular mediante acta de inmovilización , remitiéndose todo lo actuado a la aduana de origen para la evaluación del caso y aplicación de las acciones legales que correspondan.
- En el caso de embarques parciales por vía terrestre, se procede de acuerdo a lo indicado en el numeral 32 precedente.
- Concluido el embarque de las mercancías, el oficial de aduanas entrega la orden de embarque debidamente diligenciada al transportista, empresa consolidadora de carga o despachador de aduana.
- El despachador de aduana presenta la orden de embarque debidamente diligenciada a la aduana de origen para la regularización de la exportación. A su vez la aduana de salida remite, vía fax o correo electrónico, a la aduana donde se inició la exportación, copia de dicho documento.

6.4.8 Control de la declaración única de exportación

- El despachador de aduana dispone de un plazo de quince (15)

días útiles contados a partir de la fecha del término del último embarque para regularizar la exportación, mediante la presentación de la declaración única de exportación (DUE) ante el área de exportación de la intendencia de aduana donde número la orden de embarque, el plazo indicado en el numeral anterior se computa a partir de la fecha de verificación, efectuada en la aduana de salida por el oficial de aduana.

6.4.9 Numeración

- El despachador de aduana transmite, por vía electrónica a la intendencia de aduana de despacho, la información contenida en el formato de la DUE.
- Recepcionada la información, el SIGAD valida los datos de exportación; de ser conforme genera automáticamente la numeración correspondiente, caso contrario, comunica de inmediato por el mismo medio al despachador de aduana para que efectúe las correcciones pertinentes.
- La conformidad otorgada por el SIGAD mediante el número asignado, es transmitida electrónicamente hacia el despachador de aduana, quien procede a imprimir la DUE, para su presentación al área de exportación.
- Los despachadores oficiales o exportadores que opten por no transmitir electrónicamente su información, presentan el formato de la DUE en la ventanilla del área de exportación, para el ingreso de información al SIGAD y su numeración de ser conforme.

6.4.10 Recepción, registro y revisión de Documentos

- El despachador de aduana presenta en el área de exportación las declaraciones únicas de exportación, numeradas en el original y cuatro (4) copias, con las constancias de lo efectivamente

embarcado por el transportista, adjuntando los siguientes documentos:

- a. Copia autenticada de la orden de embarque original.
- b. Copia autenticada o carbonada del conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte, según el medio de transporte utilizado o aviso postal tratándose de avisos postales.
- c. Segunda copia de la factura comercial –Sunat – en castellano
- d. Documento que acredita el pago por servicio de despacho aduanero.

Adicionalmente cuando corresponda se debe presentar lo siguiente:

- e. Segunda copia de la nota de crédito o de débito SUNAT.
- f. Copia autenticada del comprobante de pago por precinto de seguridad y por horas extraordinarias.
- g. Autorizaciones especiales
- h. Relación insumo producto, Régimen de admisión temporal.
- i. Declaración jurada de reexportación, régimen de importación temporal.
- j. Copia del cuadro de insumo producto, y la documentación señalada en el numeral 4 (régimen de reposición de mercaderías en franquicia).
- k. Copia de solicitud de reconocimiento físico en el local del exportador
- l. Declaración jurada del exportador de las comisiones en el exterior.
- m. Copia autenticada de la declaración única de exportación temporal.
- n. Copia del boletín químico.

Los documentos antes señalados deben presentarse legibles y sin borrones ni enmendaduras.

En caso de reingreso de una DUE se adjunta la GED rechazada. Los despachadores de aduana presentan los documentos a los que se refieren los incisos referentes, legajados e indicando en la parte

superior derecha su destino como sigue:

ADUANAS : a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, l, m y n.

BCR : a, b, c (copia autenticada) y j.

AGENTE DE ADUANAS : a (copia original), b y c (copia autenticada); d, e, g, h, i, k, l, m y n.

- El personal de aduanas encargado recibe las declaraciones y los documentos sustentatorios ingresando esta información al SIGAD, para efectos de la emisión de la guía de entrega de documentos (GED) por cada declaración recibida, en original y copia, la que contiene la siguiente información: fecha y hora de recepción, número correlativo auto generado por el sistema, código del despachador, número de la declaración y relación de documentos recibidos. La copia se entrega al despachador de aduana y el original se adjunta a la documentación correspondiente.
- El especialista de aduanas designado recibe la documentación procediendo en firma inmediata a la revisión documentaria, verificando que la documentación adjunta corresponda a la información registrada en el SIGAD, la descripción de la mercadería solicitada en la DUE sea la misma que la consignada en la orden de embarque y factura comercial y que la clasificación arancelaria de la mercadería sea la correcta. La regularización o rechazo de la DUE debe efectuarse en el día de su presentación, bajo la responsabilidad del especialista en Aduanas.
- En el caso de los regímenes de precedencia y aplicación, la revisión consiste en lo siguiente:
 - a. Admisión e importación temporales: verificar que la cantidad de DUIs que figuran en el SIGAD, correspondan a lo indicado en la DUE y la relación insumo producto y/o declaración jurada de reexportación, respectivamente.

- b. reposición de mercadería en franquicia y restitución de derechos arancelarios que los códigos relativos a dichos regímenes se encuentren en el SIGAD y DUE, respectivamente.
- Si se detecta alguna inconsistencia ante lo transmitido y la documentación presentada, el especialista en aduanas devuelve al despachador de aduanas la documentación y consigna en la GED los motivos del rechazo, ingresando dicha información al SIGAD.
 - El despachador de aduanas subsana las observaciones planteadas dentro del plazo establecido para la regularización, caso contrario, se aplica una sanción, siendo modificables aquellos errores que no constituyan infracción aduanera, las cuales se efectúa mediante transmisión electrónica, solo hasta antes del refrendo de la DUE.
 - Recepcionada la información, el SIGAD valida los datos de la de la rectificación y de ser conforme, remite el número de la DUE, la fecha de transmisión y secuencia de rectificación. Caso contrario comunica de inmediato por el mismo medio al despachador de aduanas para que efectue las correcciones pertinentes.
 - No son modificables via tele despacho los siguientes datos de la DUE : tipo y numero de documento del exportador, subpartida nacional y descripción de la mercancía.
 - Para los casos que se refiere al numeral precedente se solicita la rectificación, mediante expediente adjuntando las pruebas documentales.
 - La inclusión o modificación del régimen precedente de importación temporal, admisión temporal y del régimen de aplicación de reposición de mercancías en franquicia y restitución de derechos arancelarios, previa a la regularización de la DUE, se realiza mediante una transmisión electrónica.
 - Para efecto de la cancelación de la sanción correspondiente a la

infracción establecida en el Art. 103 D. Leg. N° 809 de la ley general de aduanas, el despachador de aduana presenta la autoliquidación de adeudo al área de exportación a efectos de generar la respectiva liquidación de cobranza para su cancelación.

- Una vez cancelada la liquidación de cobranza el despachador de aduana debe transmitir electrónicamente en el campo respectivo el numero de la liquidación de cobranza para la modificación del rubro 6.1 de la DUE.
- En caso de desistimiento del régimen precedente de importación temporal, admisión temporal y del régimen de aplicación de reposición de mercancías en franquicia y restitución de derechos arancelarios, el despachador de aduana debe presentar el expediente.
- Producto de la revisión, de encontrarse conforme, se procede a refrendar la DUE con el numero asignado para el SIGAD, acción que significa la aceptación y regularización de la exportación, distribuyendo al personal de ADUANAS, los ejemplares de la declaración única de exportación de la siguiente manera.

En los casos en que el tramite lo efectue el agente de aduana:

Original : Agente de aduana

1ra. Copia : Aduana de despacho.

En los casos en que el tramite no lo efectue el agente de aduana:

Original : Aduana de despacho.

1ra. Copia : Despachador oficial, dueño o exportador

En todos los casos

2da. Copia : Banco Central de Reserva.

3ra. Copia : Exportador

4ta copia : Reposición de mercaderías en franquicia

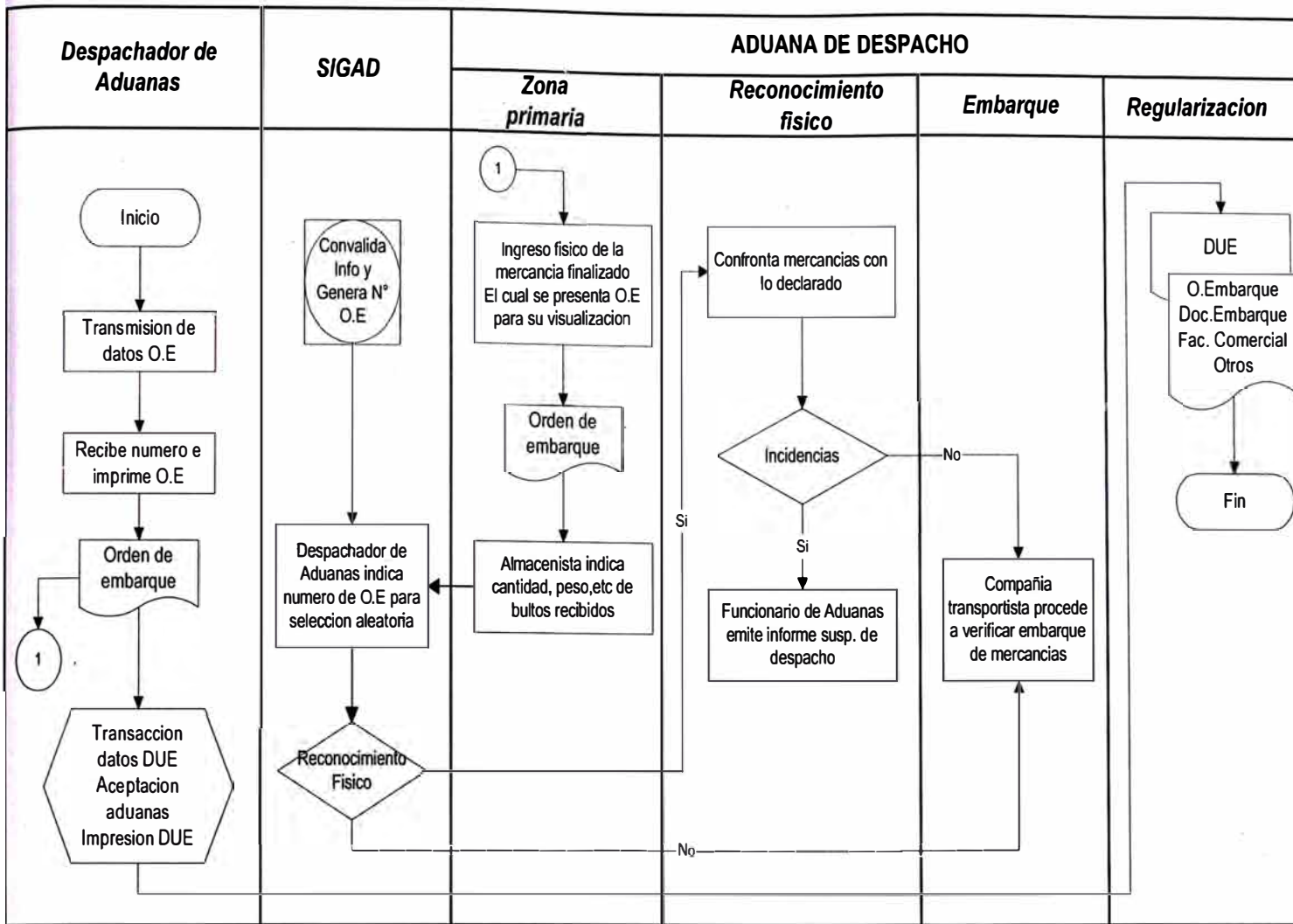
- El personal encargado entrega el legajo del exportador y agente de aduana al despachador de aduana, el mismo que en señal de

conformidad firma y consigna su código en la GED, registrando en el SIGAD esta acción.

- Las declaraciones únicas de exportación regularizadas por el área de exportación no son definitivas, no siendo objeto de modificación una vez aceptadas, salvo las enmiendas que pueden realizarse de constatarse errores no señalados como infracción aduanera. Para los casos del numeral 56 precedente, posteriores al refrendo, se aceptan las modificaciones dentro del plazo de vigencia de los regímenes de admisión e importación temporal, debiendo el despachador de aduana presentar posteriormente un expediente adjuntando la liquidación de cobranza. Asimismo el despachador de aduana presenta posteriormente un expediente adjuntando la liquidación de cobranza debidamente cancelada, para modificación de los datos de la DUE en el SIGAD. Serán modificables también aquellas DUEs que producto de revisiones posteriores por parte de la autoridad aduanera, afecten el interés fiscal.
- La intendencia de Aduana operativa mediante acto resolutivo, autoriza las modificaciones de la DUE en el SIGAD, producto de notas de crédito o débito a los que se refiere la resolución de superintendencia N° 00799 SUNAT.

Grafico 6.4.1

Procedimiento en la Aduana y Embarque de la Mercancía



6.5 Infracciones, sanciones y delitos

Se sanciona con multa la siguiente infracción

Infracción	Sanción
Incumplir el plazo para regularizar la declaración de exportación Art. 103, inciso e del D. Leg. N° 809	0.1 UIT inicial, mas 0.025 UIT por día hasta la regularización.

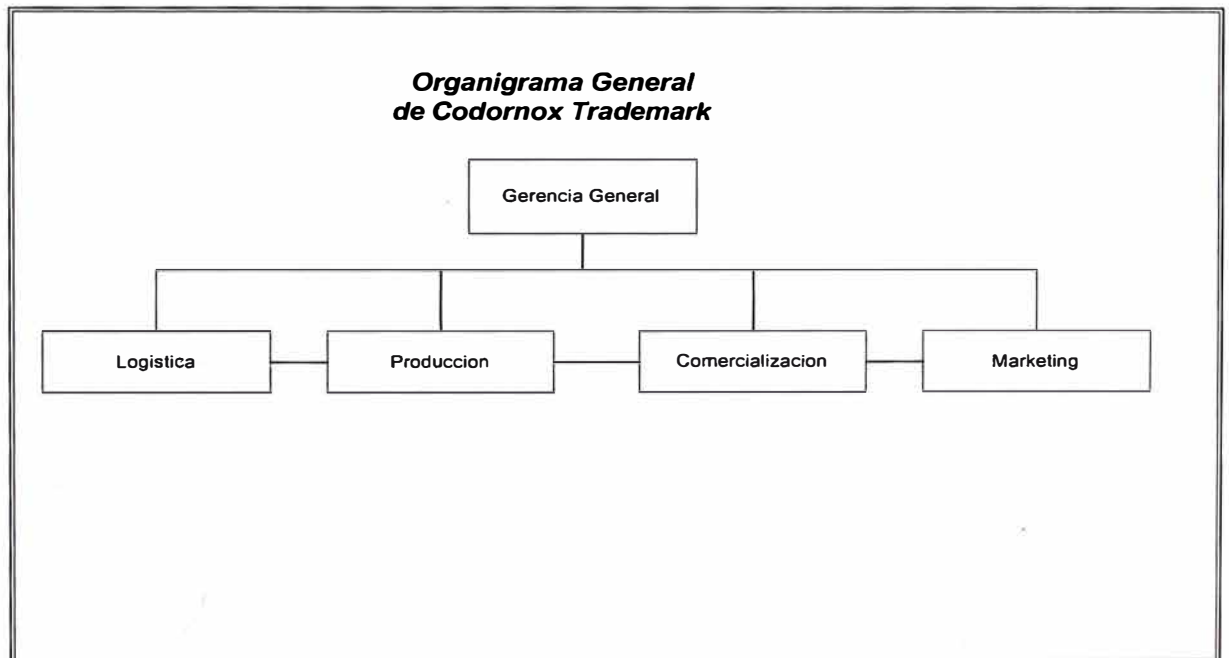
CAPITULO VII

ORGANIZACION

7.1 Organigrama Estructural

Como se puede apreciar, la estructura organizacional de Codornox Trademark será horizontal, en la cual el administrador (líder) deberá ser un profesional cualificado para cumplir diversas funciones a través de los diferentes departamentos, y enseñar a sus demás compañeros acerca del negocio; con el fin de crear un valor sinérgico a la organización.

Grafico 7.1.1



7.2 Manual de Funciones

Área: Gerencia General

Cantidad de Personas : 2

- Planifica y determina los objetivos de la organización; instala y determina la cultura organizacional de la empresa.
- Aprobación y análisis de proyectos, estrategias de comercialización y métodos.
- Negociación directa con el proveedor en casos de importancia a fin de mostrar el interés de la empresa por el cliente .
- Asistencia a visitas o congresos internacionales de importancia a fin de observar el ambiente externo de la organización (Oportunidades y Amenazas)

Área: Comercialización

Cantidad de Personas : 1

- Negociación directa con el cliente
- Determinación de cotizaciones especiales realizadas a los clientes.
- Manejo de los requerimientos de compra vía Internet .
- Análisis de cuentas Internacionales; verificación de la información y procedimientos relacionados con el banco.
- Emisión de reportes acerca del estado de las cuentas de nuestros clientes así como los volúmenes importados y los tiempos de realización
- Pago de los servicios externos (TS NET, INASSA, DYNET)

Área: Marketing

Cantidad de Personas : 1

- Elaboración y ejecución del plan estratégico de Mercadotecnia
- Elaboración de estudios de mercado referentes a nuestro producto a fin de ser publicados en la Net.

- Alimentar la base de datos de clientes potenciales y según sea la prioridad , enviar propaganda, vía web y por los canales de comunicación convencionales.
- Constante búsqueda a fin de determinar nuevos mercados.
- Publicar en la web los contratos realizados con los nuevos clientes a fin de mostrar a la comunidad virtual el crecimiento de nuestra empresa.

Área: Producción

Cantidad de Personas : 1

- Proceso de recolección y embalaje de los huevos
- Instalar y Aplicar una política de mantenimiento en la Planta
- Alimentación y cuidado de los animales.

Área: Logística

Cantidad de Personas : 1

- Codificación e inventario de la mercancía.
- Codificación e inventario de los activos fijos de la empresa (Maquinaria, Vehículos, muebles y enceres)
- Emisión de reportes diarios, quincenales y mensuales a fin de poder tener información actualizada del producto.
- Recepción y almacenamiento de insumos.
- Solicitar requerimientos de insumos en caso de presentarse.

7.3 Descripción de Procedimientos Primarios

Procedimiento : **Monitoreo de Información**

Finalidad

Contribuir con el sistema de información de mercadotecnia a fin de monitorear a los agentes involucrados en el negocio; generando reportes confiables a la gerencia general a fin de determinar con facilidad decisiones estratégicas.

Determinar el estado del inventario de productos e insumos y programas de producción.

Requisitos

Cuando se necesita actualizar la base de datos de clientes potenciales; así como cuando se solicita mensualmente el análisis de mercado para nuestro producto a fin de ser publicado por la Web.

Duración

Los reportes de referentes a información referida al cliente así como a los niveles de inventario y producción son actualizados diariamente, mientras los reportes mensuales son elaborados cada veinte días, y luego requieren 2 para su aprobación.

Tabla 7.3.1

Paso	Responsable	Actividad
1	Ejecutivo de Marketing	Recepción de la información acerca de los agentes del negocio
2		Clasificación de esta según el tipo de agente (cliente actual, cliente potencial, servicio externo).
3		Actualización de la información en la base de datos (previo filtro de clientes potenciales basados en el RUC o similares)
4		Determinación de prioridad y acciones a tomar según la naturaleza del caso.

5		Elaboración y generación de reportes para la gerencia general y de comercialización.
6		Interrelación con ADEX y las diferentes cámaras de comercio a fin de la elaboración del pre- informe a fin de ser publicado por la Web
7	Analista de Producción	Generar el informe de producción diario, semanal y mensual
8		Aportar con análisis de procedimientos a fin de disminuir los tiempos de recolección
9		Reportes sobre el estado de la maquinaria
10	Analista Logístico	Codificación de lotes en el almacén
11		Actualizar y generar reportes diarios sobre el estado de inventarios.
12		Presentar un plan de requerimientos mensuales para el proceso de compra
13	Ejecutivo de Comercialización	Recepción de requerimientos de compra y generar facturas de compra.
14		Proceso de análisis de cuentas bancarias de los clientes (análisis de riesgo).
15		Control del proceso de pago
16		Administración de los contratos de venta internacional y cotizaciones personalizadas.
17	Gerencia General	Aprobación de ordenes de compra
18		Aprobación de estudios de mercado mensual.
19		Análisis e interpretación de los reportes entregados por las diversas áreas, a fin de determinar metas y objetivos.

Procedimiento : Pagos

Finalidad

Disminución de pasivos en la empresa, producidos por la adquisición de un servicio, compra de insumos, pago de letras y otros relacionados con el proceso de producción y comercialización del producto.

Requisitos

Cuando se necesita pagar al persona, compra de insumos , pago del servicio de hosting entre otros.

Duración

Generalmente son mensuales y algunos ocasionalmente en caso de eventualidades o contingencias.

Tabla 7.3.2

Paso	Responsable	Actividad
1	Ejecutivo de Comercialización	Recepción de requerimientos de logística (mensualmente)
2		Recepción de requerimientos de producción (mensualmente)
3		Generar documentos para pago del personal (planilla) y servicios de terceros.
4		Generar documentación de pago (facturas y /o boletas)
5		Solicitar aprobación G. Gral.
6	G. General	Aprobación de facturas/ boletas
7	Ejecutivo de Comercialización	Proceder al pago ya sea en efectivo o en cuenta corriente.
8	G. General	Aprobación de compra de productos y/o servicios debido a su importancia para la gestión de las decisiones de la gerencia
9	Ejecutivo de Comercialización	Aprobación de facturas/ boletas

10	Ejecutivo de Comercialización	Actualización de los estados financieros y contables
----	-------------------------------	--

Procedimiento : Documentación para la Exportación

Finalidad

Cumplir con los estándares exigidos por los agentes de aduana y por los mismos clientes para la documentar correctamente un proceso de exportación.

Requisitos

Cuando se realiza la exportación de un lote de nuestro producto y cuando en casos especiales nuestro cliente solicita documentación complementaria de la exportación.

Duración

Cada vez que se exporte.

Tabla 7.3.3

Paso	Responsable	Actividad
1	Ejecutivo de Comercialización	Determina según los requerimientos del cliente y los documentos a presentar.
2		Solicita a logística que sea codificada y preseleccionado el lote a exportar.
3		Coordinar con el agente de aduanas, para que puedan asesorar en el proceso de exportación.

4		Solicitar a la compañía de seguro la cotización del lote en caso de requerirse.
5		Solicitar a DINET la cotización del flete en caso de requerirse.
6	Analista Logístico	Preseleccionar el lote, no envasando la mercadería hasta que se realice el control de calidad respectivo.
7	Analista de producción	Asistir en los procesos de inspección y muestreo.
8	Ejecutivo de Comercialización	Recepcionar los resultados de los análisis de muestra y ordenar el embalaje del lote.
10	Analista Logístico y Analista de Producción	Proceder al embalaje, etiquetado y elaboración de la hoja de contenido.
12	Ejecutivo de Comercialización	Confección de la factura Comercial.
11	Ejecutivo de Comercialización	Recepción y revisión de la documentación para su posterior envío al cliente, banco ,agentes de aduana según sea el caso.

Procedimiento : Negociación Internacional

Finalidad

Determinar un contrato Internacional no convencional, el cual involucra una venta de gran magnitud y condiciones de venta y servicio especiales.

Requisitos

Cuanto se inicia relaciones comerciales con un cliente con un alto volumen de compra; así como para afianzar las relaciones entre el cliente y la empresa.

Duración

La estipulada por el contrato.

Tabla 7.3.4

Paso	Responsable	Actividad
1	Ejecutivo de Comercialización	Recepción de solicitud de cotización (previamente asignado como un cliente potencial de prioridad 1 por el área de Marketing.)
2		Coordinar con la Compañía de seguros, DINET, y otros a fin de determinar la cotización exacta.(plazo 1 día)
3		Elaboración del primer borrador del contrato de compra venta internacional
4		Enviar la cotización y solicitud del contrato.
5		En caso de necesitarse una negociación adicional, enviar al representante de marketing a fin de realizar la representación de la empresa. Realizar un análisis de sensibilidad de la propuesta.
6	Ejecutivo de Marketing	Viaje a fin de realizar proceso de negociación internacional, con un plazo promedio de 1 día de negociación.
7		Realizar el reporte con los resultados de la negociación.
6	Ejecutivo de Comercialización	Interpretación del reporte y en caso de faltar algunos detalles a establecer realizarlo por vía mail y/o telefónica.

Agentes de Aduana

Toda la exportación se hace con la intervención del agente de Aduana; ellos son los que nos proporcionan el juego de pólizas rosadas para su presentación al banco y en la aduana correspondiente de embarque.

<i>Personal (Contacto)</i>	<i>Teléfono</i>	<i>Empresa</i>
Srta. Marieta Bedoya	228196	Agencia de Aduana Gómez León

Seguros

<i>Personal (Contacto)</i>	<i>Teléfono</i>	<i>Empresa</i>
Sr. Miguel Calmet	712635	Latin Andina S.A
Srta. Málaga	418052	La Real CIA de Seguros

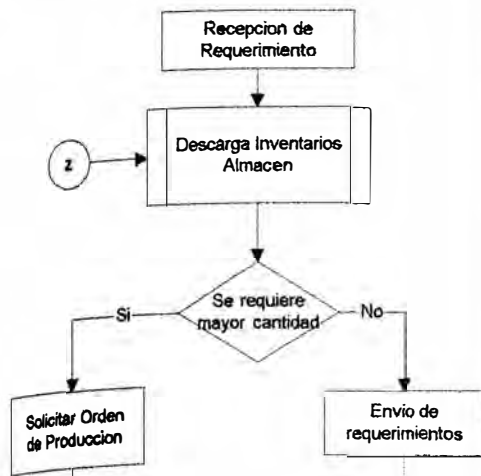
Certificaciones

<i>Personal (Contacto)</i>	<i>Teléfono</i>	<i>Empresa</i>
Srta. Victoria Campos	5782534	INASSA
Srta. Patricia Lumbreras	405748	SGS del Perú

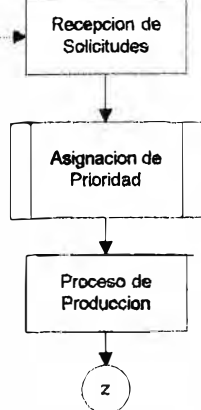
7.4 Diagrama de Procedimientos Administrativos

Grafico 7.4.1

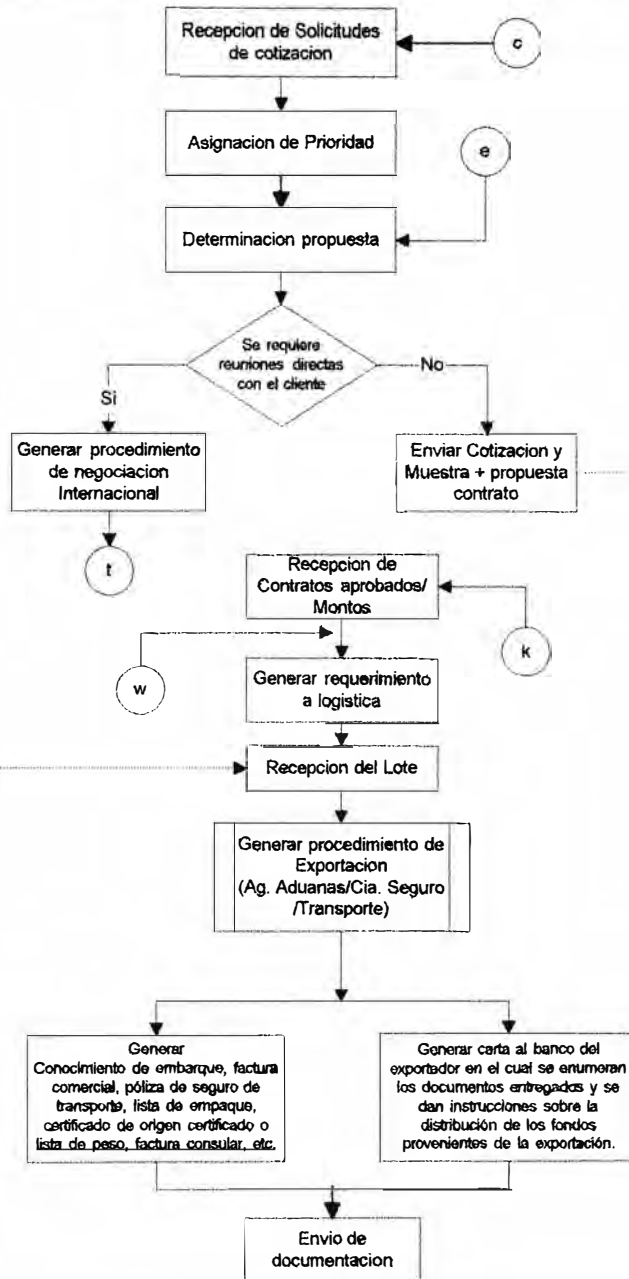
Logística



Produccion



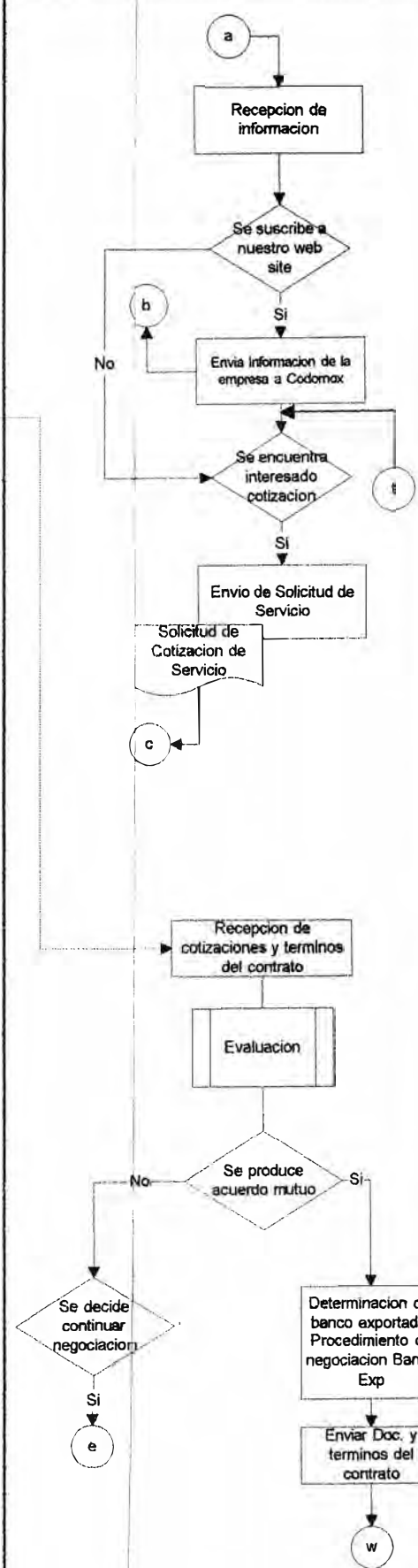
Comercializacion



Marketing



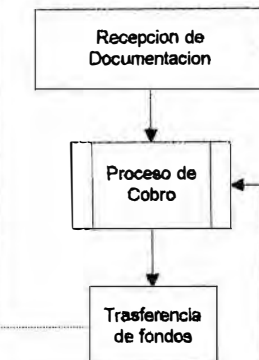
Cliente



Banco Importador



Banco Exportador



diagrama

CAPITULO VIII

INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

8.1 Plan de Inversión

Tabla 8.1.1

Rubros	Monto (\$)
Maquina	3000
Camioneta	2000
Cmputadora, Muebles y Enceres	2100
Codornices	22500
TOT TANGIBLES	29600
Estudios Proyecto	200
Gastos de Constitución	100
Puesta en Marcha	150
TOT INTANGIBLES	450
Tot Activo Fijo	30050

8.2 Costo de Fabricación de productos vendidos (C.P.F.V)

8.2.1 Resumen

Tabla 8.2.1.1

Año	1	2	3	4	5
Costo de Fab. Prod. V. C.P.F.V	44268.57	58347.14	58347.14	58347.14	58347.14
-Costos Directos (insumos y m.o)	32292.86	46371.43	46371.43	46371.43	46371.43
-Costos Indirectos (luz, agua Telf.)	11975.71	11975.71	11975.71	11975.71	11975.71

8.2.2 Detalles

Costos Directos

Tabla 8.2.2.1

Presupuesto De M.O Directa				
Año	N° Trab	Sueldo Prom.	Total(mes)	TotAnual
1	2	\$128.57	\$257.14	\$3,085.71
2	2	\$128.57	\$257.14	\$3,085.71
3	2	\$128.57	\$257.14	\$3,085.71
4	2	\$128.57	\$257.14	\$3,085.71
5	2	\$128.57	\$257.14	\$3,085.71

PRESUPUESTO DE INSUMOS						
Año	Cantidad (Kg)	Costo	Costo Om. 3 (\$)	Embalaje (\$)	Certificados de salubridad INASSA	Total (\$)
1	65700.00	0.43	28157.14	\$250.00	\$800.00	\$29,207.14
2	98550.00	0.43	42235.71	\$250.00	\$800.00	\$43,285.71
3	98550.00	0.43	42235.71	\$250.00	\$800.00	\$43,285.71
4	98550.00	0.43	42235.71	\$250.00	\$800.00	\$43,285.71
5	98550.00	0.43	42235.71	\$250.00	\$800.00	\$43,285.71

Costos Indirectos

Luz , Agua. Teléfono ,Alquiler

Tabla 8.2.2.2

Año	Costo
1	\$11,975.71
2	\$11,975.71
3	\$11,975.71
4	\$11,975.71
5	\$11,975.71

8.3 Costo de Operación

Tabla 8.3.1

Resumen

Año	1	2	3	4	5
Costo de Operación(CO)	19280	16670	16660	16150	16140
-Gastos de Adm. Y Gnrl (sueldo admin. y seguro)	14120	14110	14100	14090	14080
-Gastos de Venta (Fuerza de Marketing)	4800	2200	2200	1700	1700
Gasolina y alquiler de unidades de transporte (Dinet)	360	360	360	360	360

8.3.1 Gastos de Administración y Generales

Tabla 8.3.1.1

Gastos laborales Administrador

PRESUPUESTO GASTOS LABORALES ADMINISTRADOR (Gastos de admin. y Grales)							
Año	Nª Trab	Sueldo Prom.	Costo Anual	CTS.	FONAVI (5%)	ESSALUD (2.5%)	Total
1	2	450	12600	525	630	315	14070
2	2	450	12600	525	630	315	14070
3	2	450	12600	525	630	315	14070
4	2	450	12600	525	630	315	14070
5	2	450	12600	525	630	315	14070

Gastos por Seguro de Activos (1%)

Activo	V.Libros	1	2	3	4	5	V.Resid
Maquina y camioneta	5000	5000	4000	3000	2000	1000	0
Costo por Seguro		50	40	30	20	10	0

Gastos de Marketing y Publicidad

Año	1	2	3	4	5
Costo	4800	2200	2200	1700	1700

8.4 Estructura de Financiamiento

A continuación se plantean 2 escenarios económicos, en cada uno de los cuales se analizara su nivel de rentabilidad.

8.4.1 Primer Escenario

En este primer escenario se busca un préstamo que constituye el 60,79% de la inversión; debido a que Cofide o cualquier entidad financiera provee solo créditos a empresas existentes, la estrategia pues será generar un Factoring con Original Plast a fin que ésta brinde el servicio de protección de riesgo de crédito.

El Factoring es un contrato de ejecución continuada en la cual una determinada empresa, en este caso Codornox, contrata los servicios de un Factor en este caso Original Plast, el cual proporcionara el crédito solicitado, asumiendo el riesgo en caso que la empresa resulte insolvente (Ver Anexo V). Cabe destacar que Original Plast cobrará

\$4 000 por concepto del servicio del riesgo de crédito el cual deberá ser pagado en su totalidad el primer año de operación, adicionalmente Codornox deberá amortizar la deuda de \$20 000 a Original Plast a una tasa en dólares del 35% anual.

Tabla 8.4.1

<i>Fuente de Financiamiento</i>	<i>Monto (\$)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
<i>Factor</i>	20000	60,79
<i>Inversionista</i>	12900	39,21

La justificación de este préstamo se vera reflejada con detenimiento en los estados financieros.

También cabe destacar que el precio de venta con que Codornox piensa ingresar al mercado nacional es de **trece soles el kilogramo (\$3.71)**; de la fortaleza de la campaña de marketing dependerá la fluctuación de dicho precio.

8.4.1.1 Punto de Equilibrio

Como sabemos para la formulación de un proyecto debemos colocamos en el peor de los casos, es por esto que el nivel de producción para el primer año de operación será el punto de equilibrio, como se puede observar en Presupuesto de Ingresos y Egresos (ver tabla 8.4.1.2.1). En el equilibrio nuestro ingreso total será igual a nuestro costo total; siendo este y el precio de venta unitario constantes, la cantidad a producir puede ser despejada (2000615.38). A continuación basados en la capacidad máxima operativa y la cantidad del equilibrio se determina una razón de crecimiento y por ende obtenemos las productividades de los años 2,3 y 4.

Tabla 8.4.1.1.1

Programa De Producción					
Año	1	2	3	4	5
Prod Huevos (u)	2000615.38	2485961.53	2971307.6	3456653.8	3942000

8.4.1.2 Estados Financieros

a. Presupuesto de Ingresos y Egresos

Tabla 8.4.1.2.1

RUBRO	1	2	3	4	5
INGRESO					
Ventas Programadas	2000615.385	2485961.538	2971307.692	3456653.846	3942000
Precio/Promedio	3.71	3.71	3.71	3.71	3.71
INGRESO TOTAL	74308.57	92335.71	110362.86	128390.00	146417.14
EGRESO					
Costo de Fab. Prod. V. C.P.F.V	44268.57	58347.14	58347.14	58347.14	58347.14
-Costos Directos (insumos y m.o)	32292.86	46371.43	46371.43	46371.43	46371.43
-Costos Indirectos (luz, agua Telf.)	11975.71	11975.71	11975.71	11975.71	11975.71
Costo de Operación(CO)	19280	16670	16660	16150	16140
-Gastos de Adm. y Gnrl (sueldo admin.. y seguro)	14120	14110	14100	14090	14080
-Gastos de Venta (Fuerza de Marketing)	4800	2200	2200	1700	1700
Gasolina y alquiler de Unidades de transporte (Dinet)	360	360	360	360	360
Depreciación	3670	3670	3670	3670	3670
APCD	90	90	90	90	90
Costos Financieros	7000	7000	6296.792053	5347.461325	4065.864842
COSTO TOTAL	74308.57	85777.14	85063.93	83604.60	82313.01
COSTO MEDIO	0.037142857	0.034504614	0.02862845	0.024186571	0.020881027
Punto de Equilibrio (\$)	74308.57143	67545.46491	45670.29311	36588.92021	31876.37314
% de la Producción	100.00%	73.15%	41.38%	28.50%	21.77%

b. Servicio de la deuda

El Factor nos proporcionara un préstamo de \$ 20 000 pagaderos en 5 años. Es importante destacar que la tasa de interés en dólares promedio en el mercado para préstamos a las Pymes son del 24,4% anual, pero debido al riesgo del proyecto se decide asignar una tasa anual en dólares del 35% y una amortización al final del primer año de operación de \$4000 por concepto de riesgo crediticio.

Tabla 8.4.1.2.2

Periodo	Saldo	Interés	Amortización	Servicio
0	20000			
1	20000	7000		7000
2	20000	7000	2009.165562	9009.16556
3	17990.83444	6296.792053	2712.373509	9009.16556
4	15278.46093	5347.461325	3661.704237	9009.16556
5	11616.75669	4065.864842	4943.30072	9009.16556

c. Depreciación y APCD

Tabla 8.4.1.2.3

Rubros	V. Comprado	Tasa	1	2	3	4	5	V.Resid
Equipo (sistema jaulas)	3000	20%	600	600	600	600	600	
Camioneta	2000	20%	400	400	400	400	400	
(Computadora, telefono) Muebles y Enceres	2100	20%	420	420	420	420	420	
Codornices	22500	10%	2250	2250	2250	2250	2250	13500
TOT TANGIBLES	29600		3670	3670	3670	3670	3670	13500
Estudios Proy	200	20%	40	40	40	40	40	0
G.Constitución	100	20%	20	20	20	20	20	
Puesta en Marcha	150	20%	30	30	30	30	30	
TOT INTANGIBLES	450		90	90	90	90	90	0
DEP + APCD			3760	3760	3760	3760	3760	

d. Flujo de Caja

Tabla 8.4.1.2.4

RUBRO	0	1	2	3	4	5	LIQUIDACION
INGRESOS		74308.57	92335.71	110362.86	128390.00	146417.14	
Costo de Inversión	-30050.00						
Inv. Fija Tangible	-29600.00						11250.00
Inv. Fija Intangible	-450.00						0.00
V.Capital de Trabajo	-2850.00	-4791.43	-1557.21	-2705.07	-2755.07	-2705.07	17363.86
Costo de Fab. Prod. V. (CFPV)		-44268.57	-58347.14	-58347.14	-58347.14	-58347.14	
Costo de Operacion(CO)		-19280.00	-16670.00	-16660.00	-16150.00	-16140.00	
Impuesto (30%)		-2100.00	-4067.57	-9478.71	-15039.86	-20451.00	
F.C.E.	-32900.00	3868.57	11693.79	23171.93	36097.93	48773.93	28613.86
+Préstamo	20000.00						
-Amortización		-4000.00	-2009.17	-2712.37	-3661.70	-4943.30	
-Intereses(I)		-7000.00	-7000.00	-6296.79	-5347.46	-4065.86	
+Escudo Fiscal(I x 0.30)		2100.00	2100.00	1889.04	1604.24	1219.76	
F.C.F.	-12900.00	-5031.43	4784.62	16051.80	28693.00	40984.52	28613.86
+Aporte Propio	12900.00						
-Reserva Legal		0.00	-459.10	-1770.92	-3134.98	-4487.29	
-Dividendos		0.00	-918.20	-3541.85	-6269.96	-8974.58	
FLUJO NETO	0.00	-5031.43	3407.32	10739.03	19288.07	27522.65	
FLUJO NETO ACUM.	0.00	-5031.43	-1624.11	9114.92	28402.99	55925.64	

e. Estado de Ganancias y Perdidas

Tabla 8.4.1.2.5

RUBRO	1	2	3	4	5
INGRESO					
INGRESO TOTAL	74308.57	92335.71	110362.86	128390.00	146417.14
COSTO DE VENTAS	44268.57	58347.14	58347.14	58347.14	58347.14
Costo de Fab. Prod. V. (CFPV)					
UTILIDAD BRUTA	30040.00	33988.57	52015.71	70042.86	88070.00
Costo de Operación (CO)	19280	16670	16660	16150	16140

Depreciación	3670	3670	3670	3670	3670
APCD	90	90	90	90	90
Costo Financieros					
UTILIDAD DE OPERACIÓN	7000	7000	6296.792053	5347.46132	4065.86484
Impuesto (tasa = 30%)	0.00	6558.57	25298.92	44785.40	64104.14
UTILIDAD NETA	0	1967.57142	7589.67667	13435.6187	19231.2405
Dividendos(20%)	0.00	4591.00	17709.25	31349.78	44872.89
Reserva Legal(10%)	0	918.2	3541.849113	6269.95541	8974.57892
Utilidad Retenida	0	459.1	1770.924556	3134.97770	4487.28946
UTILIDAD RETENIDA ACUMULADA	0.00	3213.70	12396.47	21944.84	31411.03

f. Balance General proyectado

Tabla 8.4.1.2.6

RUBRO	0	1	2	3	4	5
ACTIVO	32900.00	35254.86	38983.55	53979.42	81616.49	121545.09
ACTIVO CORRIENTE	2850.00	8964.86	16453.55	35209.42	66606.49	110295.09
-Caja	2850.00	-2181.43	2603.19	18654.99	47347.99	88332.52
-CtasxCobrar	0.00	7430.86	9233.57	11036.29	12839.00	14641.71
-Inventarios		3715.43	4616.79	5518.14	6419.50	7320.86
ACTIVO FIJO	30050.00	26290.00	22530.00	18770.00	15010.00	11250.00
Act. Fijo Tangible	29600.00	29600.00	29600.00	29600.00	29600.00	29600.00
-Deprec. Acum		-3670.00	-7340.00	-11010.00	-14680.00	-18350.00
Act. Fijo Intangible	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00
-Deprec Acum.		-90.00	-180.00	-270.00	-360.00	-450.00
PASIVO + PATRIMONIO	32900.00	35254.86	38983.55	53979.42	81616.49	121545.09
PASIVO	20000.00	22354.86	21492.55	18779.18	15066.47	10122.17
PASIVO CORRIENTE	0.00	6354.86	7501.71	7500.71	7449.71	7448.71
-Ctas x Pagar		6354.86	7501.71	7500.71	7449.71	7448.71
DEUDA A LARGO PLAZO	20000.00	16000.00	13990.83	11278.46	7616.76	2673.46
PATRIMONIO	12900.00	12900.00	17491.00	35200.25	66550.02	111422.92
Capital	12900.00	12900.00	12900.00	12900.00	12900.00	12900.00
Dividendos acum.		0.00	918.20	4460.05	10730.00	19704.58
Reserva Acum.		0.00	459.10	2230.02	5365.00	9852.29
Utilidades Retenidas acum...		0.00	3213.70	15610.17	37555.02	68966.04

g. Cambio en el Capital de Trabajo

Tabla 8.4.1.2.7

RUBROS	0	1	2	3	4	5	LIQ
CAMBIO EN :							
V CAJA	-2850.00						
V CTAS X COBRAR		-7430.86	-1802.71	-1802.71	-1802.71	-1802.71	
V INVENTARIOS		-3715.43	-901.36	-901.36	-901.36	-901.36	
V. CTAS X PAGAR		6354.86	1146.86	-1.00	-51.00	-1.00	
TOTAL	-2850.00	-4791.43	-1557.21	-2705.07	-2755.07	-2705.07	-17363.86

Los supuestos que realizamos para calcular el Capital de trabajo (Metodología de Kafka) se detallan a continuación :

- Se requiere una caja inicial de \$2850
- Las cuentas por cobrar representan 10% de la variación de las ventas
- Los inventarios representan 5% de la variación de las ventas
- Las cuentas por pagar representan 10% de la variación de las ventas

g. Resumen Rubros

Metodología de IPAE

CK= Tasa de interés activa en dólares

COK= Tasa de interés pasiva en dólares

R= Tasa de riesgo del proyecto

T= impuesto a la renta(30%)

TDFCE = % Aporte Propio COK1 +%Préstamo *CK*

COK1 =COK +R

TDFCF = % Aporte Propio COK1 +%Préstamo *CK(1-T)*

Tabla 8.4.1.2.8

Resumen	(%)
CK	19.00%
COK	12.00%
T	30.00%
% Aporte Propio	39.21%
% Préstamo	60.79%
COK1	14.00%
R	2.00%
TDFCE	17.04%
TDFCF	13.57%

RUBROS	VAN	TIR	B/C	TDE
FCE	47870.826	47%	1.46	0.17
FCF	51410.005	59%	3.99	0.14

Apalancamiento

$$(TIR_{fin}/TIR_{econ} - 1) \times 100\% = 26\%$$

8.4.2 Segundo Escenario

En esta ocasión suponemos la creación de una empresa con capital propio por lo tanto en el momento de realizar nuestro análisis no consideramos costos financieros; asimismo veremos el nivel de rentabilidad obtenido con dicha propuesta.

8.4.2.1 Punto de Equilibrio

A continuación realizamos la misma lógica aplicada en el escenario uno, como en este caso los costos financieros son nulos, nuestro costo total disminuirá y al final obtendremos para el año uno una cantidad en el equilibrio distinta a la anterior (1812153.85 huevos), siendo la misma capacidad máxima de producción obtenemos los siguientes niveles de productividad.

Tabla 8.4.2.1.1

Programa De Producción					
Año	1	2	3	4	5
Prod Huevos (u)	1812153.846	2344615.385	2877076.923	3409538.463	3942000

8.4.2.2 Estados Financieros

a. Presupuesto de Ingresos y Egresos

Tabla 8.4.2.2.1

RUBRO	1	2	3	4	5
INGRESO					
Ventas Programadas	1812153.846	2344615.385	2877076.923	3409538.462	3942000
Precio/Promedio	3.71	3.71	3.71	3.71	3.71
INGRESO TOTAL	67308.57	87085.71	106862.86	126640.00	146417.14
EGRESO					
Costo de Fab. Prod. V. C.P.F.V	44268.57	57547.14	57547.14	57547.14	57547.14
-Costos Directos (insumos y m.o)	32292.86	45571.43	45571.43	45571.43	45571.43
-Costos Indirectos (luz, agua Telf.)	11975.71	11975.71	11975.71	11975.71	11975.71
Costo de Operación(CO)	19280	16670	16660	16150	16140
-Gastos de Adm. y Gnrl (sueldo admin. y seguro)	14120	14110	14100	14090	14080
-Gastos de Venta (Fuerza de Marketing)	4800	2200	2200	1700	1700
Gasolina y alquiler de unidades de transporte (Dinet)	360	360	360	360	360
Depreciación	3670	3670	3670	3670	3670
APCD	90	90	90	90	90
Costos Financieros	0	0	0	0	0
COSTO TOTAL	67308.57	77977.14	77967.14	77457.14	77447.14
COSTO MEDIO	0.037142857	0.033257968	0.027099429	0.022717779	0.019646662
Punto de Equilibrio (\$)	67308.57143	57683.62192	40820.05072	33722.62643	30089.64208
% de la Producción	100.00%	66.24%	38.20%	26.63%	20.55%

b. Servicio de la deuda

En este caso no existe deuda, pues no se realizo préstamo alguno.

c. Depreciación y APCD

No varia en relación a la anterior

Tabla 8.4.2.2.2

Rubros	V. Comprado	Tasa	1	2	3	4	5	V.Resid
Maquina	3000	20%	600	600	600	600	600	
Camioneta	2000	20%	400	400	400	400	400	
(Computadora, teléfono) Muebles y Enceres	2100	20%	420	420	420	420	420	
Codornices	22500	10%	2250	2250	2250	2250	2250	13500
TOT TANGIBLES	29600		3670	3670	3670	3670	3670	13500
Estudios proy.	200	20%	40	40	40	40	40	0
G.Constitución	100	20%	20	20	20	20	20	
Puesta en Marcha	150	20%	30	30	30	30	30	
TOT INTANGIBLES	450		90	90	90	90	90	0
DEP + APDC			3760	3760	3760	3760	3760	

d. Flujo de Caja

Tabla 8.4.2.2.3

RUBRO	0	1	2	3	4	5	LIQUIDACION
INGRESOS		67308.57	87085.71	106862.86	126640.00	146417.14	
Costo de Inversión	-30050.00						
Inv. Fija Tangible	-29600.00						11250.00
Inv. Fija Intangible	-450.00						0.00
V.Capital de Trabajo	-2850.00	-3741.43	-1899.71	-2967.57	-3017.57	-2967.57	17443.86
Costo de Fab. Prod. V. (CFPV)		-44268.57	-57547.14	-57547.14	-57547.14	-57547.14	
Costo de Operacion(CO)		-19280.00	-16670.00	-16660.00	-16150.00	-16140.00	
Impuesto (30%)		0.00	-2732.57	-8668.71	-14754.86	-20691.00	

F.C.E.	-32900.00	18.57	8236.29	21019.43	35170.43	49071.43	28693.86
+Prestamo	0.00						
-Amortización			0.00	0.00	0.00	0.00	
-Intereses(I)		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
+Escudo Fiscal(I x 0.30)		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
F.C.F.	-32900.00	18.57	8236.29	21019.43	35170.43	49071.43	28693.86
+Aporte Propio	32900.00						
-Reserva Legal		0.00	-637.60	-2022.70	-3442.80	-4827.90	
-Dividendos		0.00	-1275.20	-4045.40	-6885.60	-9655.80	
FLUJO NETO	0.00	18.57	6323.49	14951.33	24842.03	34587.73	
FLUJO NETO ACUM.	0.00	18.57	6342.06	21293.39	46135.41	80723.14	

e. Estado de Ganancias y Perdidas

Tabla 8.4.2.2.4

RUBRO	1	2	3	4	5
INGRESO					
INGRESO TOTAL	67308.57	87085.71	106862.86	126640.00	146417.14
COSTO DE VENTAS	44268.57	57547.14	57547.14	57547.14	57547.14
Costo de Fab. Prod. V. (CFPV)					
UTILIDAD BRUTA	23040.00	29538.57	49315.71	69092.86	88870.00
Costo de Operación(CO)	19280	16670	16660	16150	16140
Depreciación	3670	3670	3670	3670	3670
APCD	90	90	90	90	90
Costo Financieros					
UTILIDAD DE OPERACIÓN	0	0	0	0	0
Impuesto (tasa = 30%)	0.00	9108.57	28895.71	49182.86	68970.00
UTILIDAD NETA	0	2732.571429	8668.714286	14754.85714	20691
Dividendos(20%)	0.00	6376.00	20227.00	34428.00	48279.00
Reserva Legal(10%)	0	1275.2	4045.4	6885.6	9655.8
Utilidad Retenida	0	637.6	2022.7	3442.8	4827.9
UTILIDAD RETENIDA ACUMULADA	0.00	4463.20	14158.90	24099.60	33795.30

f. Balance General proyectado

Tabla 8.4.2.2.5

RUBRO	0	1	2	3	4	5
ACTIVO	32900.00	39254.86	46697.71	66923.71	101300.71	149578.71
ACTIVO CORRIENTE	2850.00	12964.86	24167.71	48153.71	86290.71	138328.71
-Caja	2850.00	2868.57	11104.86	32124.29	67294.71	116366.14
-CtasxCobrar	0.00	6730.86	8708.57	10686.29	12664.00	14641.71
-Inventarios		3365.43	4354.29	5343.14	6332.00	7320.86
ACTIVO FIJO	30050.00	26290.00	22530.00	18770.00	15010.00	11250.00
Act. Fijo Tangible	29600.00	29600.00	29600.00	29600.00	29600.00	29600.00
-Deprec. Acum		-3670.00	-7340.00	-11010.00	-14680.00	-18350.00
Act. Fijo Intangible	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00
-Deprec Acum.		-90.00	-180.00	-270.00	-360.00	-450.00
PASIVO + PATRIMONIO	32900.00	39254.86	46697.71	66923.71	101300.71	149578.71
PASIVO	0.00	6354.86	7421.71	7420.71	7369.71	7368.71
PASIVO CORRIENTE	0.00	6354.86	7421.71	7420.71	7369.71	7368.71
-Ctas x Pagar		6354.86	7421.71	7420.71	7369.71	7368.71
DEUDA A LARGO PLAZO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PATRIMONIO	32900.00	32900.00	39276.00	59503.00	93931.00	142210.00
Capital	32900.00	32900.00	32900.00	32900.00	32900.00	32900.00
Dividendos acum.		0.00	1275.20	5320.60	12206.20	21862.00
Reserva Acum.		0.00	637.60	2660.30	6103.10	10931.00
Utilidades Retenidas acum..		0.00	4463.20	18622.10	42721.70	76517.00

h. Cambio en el Capital de Trabajo

Tabla 8.4.2.2.6

RUBROS	0	1	2	3	4	5	LIQ
CAMBIO EN :							
V CAJA	-2850.00						
V CTAS X COBRAR		-6730.86	-1977.71	-1977.71	-1977.71	-1977.71	
V INVENTARIOS		-3365.43	-988.86	-988.86	-988.86	-988.86	
V. CTAS X PAGAR		6354.86	1066.86	-1.00	-51.00	-1.00	
TOTAL	-2850.00	-3741.43	-1899.71	-2967.57	-3017.57	-2967.57	-17443.86

Los supuestos que realizamos para calcular el Capital de trabajo (Metodología de Kafka) se detallan a continuación

- Se requiere una caja inicial de \$2850
- Las cuentas por cobrar representan 10% de la variación de las ventas
- Los inventarios representan 5% de la variación de las ventas
- Las cuentas por pagar representan 10% de la variación de las ventas

h. Resumen Rubros

Tabla 8.4.2.2.7

<i>Resumen</i>	<i>(%)</i>
<i>CK</i>	19.00%
<i>COK</i>	12.00%
<i>T</i>	30.00%
<i>% Aporte Propio</i>	100.00%
<i>% Préstamo</i>	0.00%
<i>COK1</i>	14.00%
<i>R</i>	2.00%
<i>TDFCE</i>	14.00%

RUBROS	VAN	TIR	B/C	TDE
FCE	48853.93039	41%	1.48	0.14

8.5 *Análisis de sensibilidad del precio*

El precio unitario de los huevos Codorno, determinaran el margen de ganancias o perdidas según sea el caso .Analicemos como varia el VAN y el coeficiente B/C del proyecto versus los diferentes precios posibles. Cabe destacar que el mínimo precio existente actualmente en nuestro mercado meta es de S/.10 y el máximo es de S/. 14 .por kilogramo.

Al realizar el respectivo análisis económico nos basaremos en el primer

escenario por ser el mas probable.

Al modificar el precio de venta propuesto por Codornox apreciamos los siguientes resultados.

Tabla 8.5.1

B/C	VAN	P (\$/Kg)	P (S/. /Kg)
-0.57	-7317.10	2.29	8
0.34	8586.09	2.57	9
1.25	16173.74	2.86	10
2.16	27919.16	3.14	11
3.07	39664.58396	3.43	12
3.99	51410.00502	3.71	13
4.90	63155.42609	4.00	14
5.81	74900.84716	4.29	15
6.72	86646.26823	4.57	16

Grafico 8.5.1

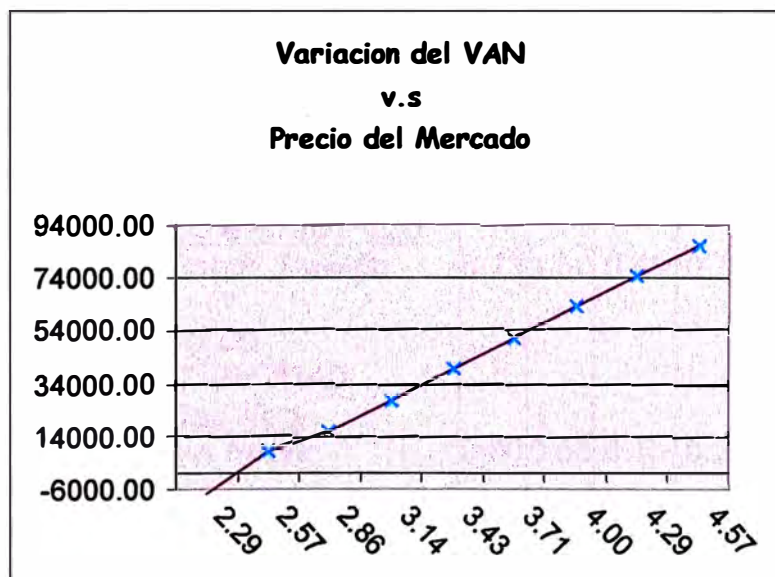
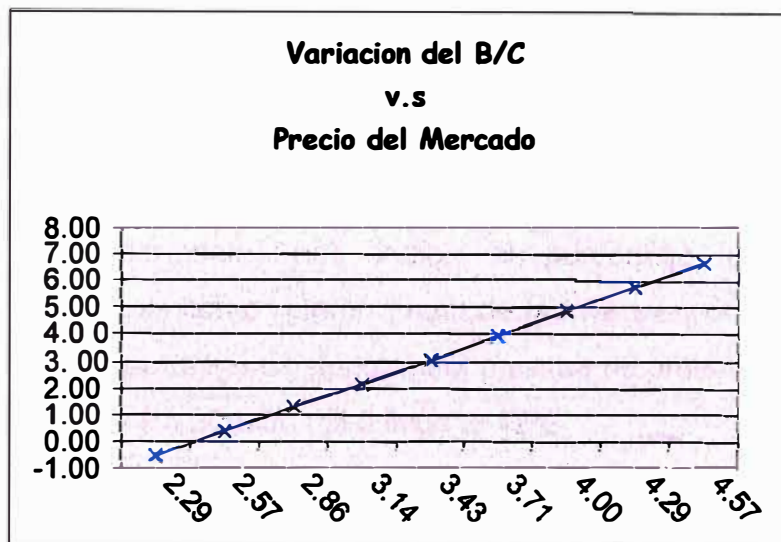


Grafico 8.5.2



8.6. Análisis de los Ratios

Basados en el precio de venta de **\$3.71 el Kilogramo** a continuación obtendremos los siguientes ratios.

Tabla 8.6.1

RATIOS	1	2	3	4	5
RATIO DE SOLVENCIA <i>Pasivo a largo Plazo</i> <i>Capital de Trabajo</i>	6.13	1.56	0.41	0.13	0.03
RATIO DE RENTABILIDAD <i>Utilidad Neta</i> <i>Ventas Netas</i>	0.00	0.05	0.16	0.24	0.31
<i>Utilidad Neta</i> <i>Patrimonio</i>	0.00	0.26	0.50	0.47	0.40
RATIO DE LIQUIDEZ <i>Activo Corriente</i> <i>Pasivo Corriente</i>	1.41	2.19	4.69	8.94	14.81
RATIO DE GESTION <i>Inventarios</i> <i>Capital de Trabajo</i>	1.42	0.52	0.20	0.11	0.07

En el primer ratio de Rentabilidad mide el margen de ganancia bruta que se estaría obteniendo por el producto que se esta vendiendo en el mercado. El valor optimo será mayor al 50%.En nuestro caso el proyecto solo llega hasta el 32%.

Nuestro segundo ratio de rentabilidad o índice de retorno sobre el patrimonio neto, nos indica el porcentaje que tienen los accionistas como retorno anual de la inversión original. Debido al alto factor riesgo existente en el país, se recomienda que este sea elevado. En nuestro caso llega al 42% .

El primer ratio de liquidez o índice de liquidez corriente mide la capacidad de pago que tiene la empresa para cumplir su compromiso a corto plazo. Como podemos apreciar en el período de operación este es mayor que 2.0, lo cual es un buen índice a favor de la empresa.

CAPITULO IX

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 Aspecto Mercado

Al realizar el análisis de mercado para la elaboración de nuestro proyecto existen detalles que son motivo de análisis. A continuación los mencionamos.

La prioridad de nuestro cliente por un servicio de calidad, pasando a un segundo plano el precio del producto. El perfil de nuestros clientes son empresas que son muy rígidos en cuanto a plazos, la pérdida ocasionada por un retraso podría ser mas perjudicial para ellos que una variación en el precio del servicio.

La importancia de un sistema de información de mercadotecnia, que se refleja en estrategias como el uso de un Web Site, la estrategia consiste en ofrecer información gratuita y procesada de nuestro producto en el mercado peruano, a fin de atraer a todos los agentes involucrados en el negocio (empresas compradoras, empresas competidoras, posibles proveedores de servicios colaterales, etc). Cabe destacar que todo visitante antes de extraer algún tipo de información se vera obligado a registrarse, emitiendo datos que constituirán nuestro sistema de información.

9.2 Aspecto Gestión Comercial

La política comercial es un elemento decisivo para el aseguramiento de un buen servicio, el cual involucra un sólido conocimiento de los procedimientos de exportación y de negociación internacional.

Es necesario contar con información referente a los principales agentes involucrados en el proceso de información, utilizando al menos 3 cotizaciones de servicios.

La precisión en el momento de realizar una cotización de servicio, es una parte del procedimiento de comercialización que debe ser tratada con mucho cuidado, debido a que un error en esta podría generar pérdidas considerables a la compañía.

El proceso de negociación entre los representantes de cada una de las partes, es una de las fases vitales en la generación del negocio, teniéndose en cuenta que no solo se busca obtener las mas grandes utilidades; si no en cambio Codornox Trademark esta en la búsqueda de clientes satisfechos que puedan establecer publicidad testimonial y afianzar relaciones a largo plazo.

9.3 Aspecto Tecnológico – Web Site

El web Site es uno de los principales valores agregados que aporta el presente proyecto, por que contribuye de manera decisiva en la gestión comercial y brinda la posibilidad de intercambiar información de manera dinámica entre los diferentes agentes del negocio.

Es importante resaltar que en el actual mundo globalizado las empresas deben explorar nuevas maneras de generar economías, y la comunicación por Internet, es la mejor manera de comunicarse a nivel mundial, especialmente si se desea incursionar en nuevos mercados.

Al analizar la realidad de las empresas peruanas, se percibe que la estrategia de comercio virtual a través de un Web Site, no se encuentra

limitada a grandes empresas; al contrario, existe cada vez formas mas económicas e ingeniosas de publicar en la Internet. El certificado digital es un valor que debe poseer toda empresa que realice transacciones económicas virtuales, debido a que esta certifica y asegura una transacción segura, incluyendo técnicas de encriptación y diversos firewalls; los cuales tienen como objetivo asegurar al cliente la confiabilidad de la transacción.

El mercado virtual es uno de los nuevos retos en la empresa del futuro y la manera en que la empresa plantea una solución tecnológica que refleje los objetivos de ésta; la estrategia de publicidad virtual, el sistema de información de mercadotecnia, y la Confiabilidad de los servicios virtuales entre otros; son la gran diferencia que determina el éxito o el fracaso de una empresa.

9.4 Aspecto Económico Financiero

Basado en el análisis económico y financiero realizado anteriormente, se concluye que es factible la implementación del proyecto.

Basado en los resultados obtenidos en cada uno de los escenarios económicos propuestos establecemos que seria mas conveniente que Codornox Trademark utilice a Original Plast a fin de que éste proporcione la Protección de Riesgo de Crédito, ya que esta estrategia nos ofrece la mayor TIR. Como el TIRE (47%) es mayor a el TIRF (59%), conviene prestarse la mayor cantidad posible de dinero (apalancamiento positivo).

Asimismo basados en un análisis de sensibilidad de precios para este escenario, determinamos que a partir de 2.57 \$/Kg. , conseguiremos valores anuales positivos.

9.5 Aspecto Organizacional

Estamos concientes que la responsabilidad de la adecuada gestión de esta empresa recaerá en el administrador, el cual deberá tener sólidos conocimientos en las diferentes áreas que posee la empresa.

Se eligió una estructura horizontal con el propósito de facilitar la comunicación en la organización, lo cual conllevará a una mayor flexibilidad para actuar rápidamente ante los cambios que surgirán durante la vida útil de la empresa.

Asimismo no olvidemos que contamos con operarios los cuales deberán ser entrenados, a fin de obtener un conocimiento empírico sobre el negocio. La política utilizada en Codornox se basará en:

- Reuniones dos veces por semana a fin de manifestar toda clase de inquietudes y sugerencias frente a la manera en que se está llevando el negocio.
- Capacitación en cascada, a fin de aprovechar al máximo a nuestro recurso humano

BIBLIOGRAFÍA

Financiamiento y Administración de empresas

Charles W. Gerstemberg; Editorial Prentice Hall 1995

Inversión y Financiamiento de Proyectos

Jesús Collazos Cerron; Editorial Libum 1994

Dirección de la Mercadotecnia, análisis, implementación y control

Philip Kotler; Editorial Prentice Hall Hispanoamericana 1990

Logística, Aspectos estratégicos

Martin Christopher ; Editorial Team 1989

Lecturas Sobre las Negociaciones Internacionales de la comunidad
empresarial

Centro de Comercio Internacional UNCT AD/ OMC 1997

Manual de Comercio Exterior IDEX; Cámara de Comercio del Perú 1990

Políticas de calidad para el proceso de exportación, Relación de
Exportadores

ADEX PERU www.adexperu.com.pe

**Estadísticas de exportaciones e importaciones
Comunidad Andina www.comunidadandina.org**

**Análisis detallado de exportaciones e importaciones Peruanas
ADUANAS DEL PERU www.aduanet.pe**

Centro de información comercial CORPEI www.corpei.org

ANEXO I

1 Información técnica sobre la Codorniz

1.1 La codorniz y su clasificación

La codorniz de postura es una pequeña gallinita que se caracteriza por ser el ave doméstica que mayor cantidad de huevos pone. La codorniz doméstica que mayormente se explota en todo el mundo tiene como origen el Continente Asiático y Europeo.

La Coturnix japónica es oriunda del Japón ; la cual se caracteriza por ser apacible, muy dócil, poco se asusta, razón por la cual se está criando en azoteas de edificios, jardines, hasta junto a la lavandería o cocina, con asombro seña podido verificar que fácilmente se acostumbra a los ruidos del casco urbano, asimismo a la bulla de otros animales como el ladrido del perro en la granja

La codorniz Egipcia o Faraónica la cual provienen de Europa; en el Continente Americano también existen codornices que pertenecen ala misma familia. En el Perú, en las alturas de Puno y Cuzco, les llaman godorniz, y también hay en la selva; no obstante son diferentes a la Japónica y la Faraona.

Otro tipo de clasificación que se le han dado según los fines industriales se muestran a continuación.

Clasificación	Peso Promedio Vivas
1. Codornices productoras de huevos	120 a 170 Grs .
2. Codornices productoras de carne.	400 a 600 Grs.
3. Codornices para caza.	100 a 120 Grs.
4. Codornices ornamentales.	40 a 60 Grs.

1.2 Razas y Linajes:

El desarrollo industrial de la producción de huevos tiene como base a la

Coturnix japónica y a la faraónica. La primera fue domesticada por los japoneses y hoy está difundida en todas partes y constituye la base genética para la obtención de linajes de alta postura y rusticidad. Actualmente todas son líneas híbridas, así tenemos en Japón a la C.c. japónica y la C.c. pharo y en Estados Unidos a la Spekler entre otras, todas por cruzamiento y selección, evitando la consanguinidad (outbreed) para luego finalmente disponer de ponedoras de calidad (hay planteles de: abuelas, reproductoras y ponedoras).

1.2.1 Sinergia Genética

El criador debe conocer la procedencia genética de las ponedoras. Del cruce de distintas líneas no consanguíneas puras se obtiene genéticamente el "vigor híbrido"; para una máxima postura, este tipo de cruzamientos debe estar a cargo de profesionales con experiencia en este campo.

La rápida proliferación, 16 días que demora la incubación y el inicio de postura a los 45 días, así como el fácil control por la crianza en jaulas, permite con rapidez la obtención de linajes; pues muchos pequeños criadores de codornices compran en el Mercado Central de Lima, sin saber la verdadera procedencia de las codornices. Gran parte de estos animales son de descarte o son padres, hijos y hermanos y otra parte son animales que han sido levantados por curiosos criadores, sin un manejo técnico y más tarde aparecen los problemas de baja postura y de sanidad.

1.2.2 Color

El color predominante de la japónica y la faraónica, es el marrón claro con manchas blancas pequeñas; de la cabeza por encima de los ojos salen dos rayas blancas amarillentas a cada uno de los lados; el color es muy semejante a la perdiz de los andes peruanos.

El sexo de la japónica se diferencia por el color: el macho tiene la cara y el pecho de color gris ladrillo y las hembras la cara blanca y el pecho blanco con unas manchas redondas de color negro, motivo por el cual la llaman flor de haba. La línea Spekler es de color blanco con manchas negras.

1.2.3 Tamaño

Por ser muy pequeñas, las llaman también gallinitas de bolsillo, son más pequeñas que la perdiz peruana.

En la línea japónica, el macho es más pequeño que la hembra, y en la faraónica son del mismo tamaño el macho y la hembra.

La codorniz de postura adulta japónica que se cría en el Perú es más desarrollada que las que se crían en Argentina, Bolivia y Colombia teniendo como promedio las medidas siguientes (a partir de los 45 días)

Elementos a medir	Medidas (cm)
Alto	10.0
Largo (del pico a la cola)	15.0
Largo del pescuezo	7.0
Largo de la cabeza	4.0
Largo del pico	1.2
Largo del tronco	8.5
Perímetro del tórax	13.0
Largo de las piernas	7.0
Largo de las patas	3.0
Largo del dedo medio	2.8
Dedo hacia atrás	1.0

La codorniz tiene 3 dedos hacia delante y 1 hacia atrás; al caminar, el de atrás no pisa tierra.

1.2 Pérdida de sus costumbres originales

A través de los años la codorniz actual es obra del hombre, ha perdido el hábito de incubar, el miedo y la costumbre de un buen vuelo.

Refiriéndose al vuelo se puede decir que realiza un vuelo tonto, no mide las consecuencias donde caer no esquiva los obstáculos sobre todo cuando se crían en piso hay mucha baja.

Una característica de la codorniz es que inicia la elevación del vuelo en forma recta 90° para luego tomar la curva, a diferencia de la gallina o perdiz que inicia el vuelo en 30°.

1.4 Sobre el producto

Actualmente el producto que es materia del presente trabajo son *los huevos de codorniz*. A continuación presentaremos los principales factores a considerar para la generación del producto así también como la estrecha relación que debe existir entre una buena crianza y un producto de calidad.

1.4.1 Producción de Huevos:

La cantidad de puesta de estas gallinitas es admirable: normalmente la codorniz del linaje C. c. japónica pone de 350 a 500 huevos al año; esto implica que hay un porcentaje (20 a 30 %) que pone 2 huevos al día en Estados Unidos han obtenido el 140% de producción, en el Perú se ha logrado el 110% descartando las que no ponen. Llegará el día en que por selección genética se tenga linajes que pongan 2 a 3 huevos diarios.

La codorniz tiene un solo ovario situado en la fosa lumbrosacro izquierda, sujetado por un fuerte ligamento llamado mesovario. Cada ovario, al nacimiento, tiene 300.000 folículos.

1.4.2 Ventajas competitivas

La codorniz es considerada como La pequeña gigante gallinita del futuro. En la mayoría de los países desarrollados, la producción de huevos de codorniz está superando a la de la gallina y las razones fundamentales son:

- Bajo contenido de colesterol
- Alto valor nutritivo
- Rusticidad y precocidad

Bajo contenido de colesterol.

El elemento que mayor número de muertes causa en el mundo es el colesterol. Entre los alimentos que contienen la mayor cantidad de colesterol están los huevos de gallina (4.8 %), las grasas, piel de pollo, carne de cerdo, vacuno, entre otros.

En cambio el huevito de codorniz tiene únicamente 1.2 % de colesterol y es el colesterol que requiere nuestro organismo como energía para las funciones

vitales del metabolismo en general

Hoy en día, en especial la gente de Europa y de los países desarrollados, está cambiando los hábitos de consumo alimenticio. Se cuida mucho del colesterol y prefiere los alimentos naturales que le permita tener más años de vida.

Alto valor nutritivo.

El huevito de la codorniz tiene elevada energía metabolizable, concentración de proteínas digestibles (16 %) conformadas especialmente por aminoácidos esenciales equilibrado porcentaje de todas las vitaminas y minerales que necesita el organismo humano, razón por la cual se considera como un alimento completo para la humanidad, de allí que no le falta nada.

Entre los minerales de mayor importancia, figura el elevado contenido de hierro, calcio, fósforo y magnesio asimilable, que sirven para combatir el raquitismo y anemia de los niños. Asimismo, el alto porcentaje de ácido glutámico, que influye en el cerebro como factor de mayor inteligencia (es parte de la energía que necesitan las células neuronas).

En resumen, es uno de los pocos alimentos que actúa como alimento y remedio a la vez.

Son muy precoces.

La incubación es de 16 días y la puesta comercial de huevos se inicia a los 45 días de edad, no obstante algunas llegan a poner a partir de los 36 días. Al respecto, es bueno destacar que esta característica es única en los animales domésticos que se conoce.

Las codornices ponen huevos hasta los 3 ó 4 años, siendo comerciales únicamente 2 años. El 20 a 30% de ellas ponen 2 huevos al día, lo que permite llegar a producciones mayores al 100%.

1.5 Alimentación

1.5.1 Generalidades

La Alimentación la aplicación práctica de los principios de la nutrición; es el conocimiento de los alimentos, de su valor nutritivo la disponibilidad en el

mercado y el precio, para ser usados formulando raciones balanceadas para obtener provecho económico de la producción de los animales. Dicho en otras palabras, es el conocer los insumos a emplear para cubrir las necesidades nutricionales de sostenimiento y producción. En el caso específico de la codorniz ponedora hay que satisfacer las necesidades de; sostenimiento y producción de huevos.

La alimentación de sostenimiento implica que la codorniz viva sin producir nada, solo para mantener su peso, la digestión, la respiración, movimientos, mantener la temperatura del cuerpo, etc. La codorniz cuando está en plena producción utiliza de 40 a 50% de la ración para satisfacer las necesidades de sostenimiento y de 50 a 60 % de la ración es para cubrir las necesidades de producción de huevos.

1.5.2. Insumos Proteicos

Existen dos insumos de vital importancia como fuentes de proteínas: de origen animal, la harina de pescado y de origen vegetal, la torta de soya; insumos que son comúnmente usados en el país y de fácil adquisición. En otros países existe harina de carne, de sangre, etc.

1.5.2.1. De Origen Animal

Harina de Pescado

Es el principal insumo aportador de proteínas que a escala industrial se conoce en el mundo, la harina peruana tiene 65% de proteínas. El problema de la harina de pescado del Perú es la calidad, es mala, por múltiples motivos, razón por la cual hay que tener mucho cuidado en su uso. Es aconsejable no usar más de 10% en la ración si se trata de una harina fresca y que se conozca su procedencia; no obstante, si es procesada a vapor y fresca se puede usar hasta el 25%.

El insumo más completo, el que tiene todos los elementos nutritivos, es la

harina de pescado, sobretodo por la cantidad y calidad de sus aminoácidos. El problema radica en conseguir harina buena. El uso de una buena harina soluciona la mayor parte de requerimientos nutricionales de las aves.

1.5.2.2. De Origen Vegetal

Torta de Soya

Es la fuente de proteínas más importante de origen vegetal que se conoce: tiene 46% de proteínas, es la única proteína vegetal que tiene como componente al aminoácido Lisina, es deficiente en Metionina razón por la cual con una suplementación de este aminoácido se puede balancear y cubrir las necesidades de proteínas. Se emplea del 20 al 30% en la ración. La torta de soya que se encuentra en nuestro país, en un 90% es importada de EE.UU., Bolivia y Paraguay.

Pasta de Algodón

No es muy recomendable para las codornices por las razones siguientes

- La presencia del gossipol (que es una sustancia tóxica) da mal sabor al huevo y cuando los huevos tienen varios días de guardados da un color negro a la clara.
- Tiene bajo nivel de proteínas (36%).
- Alto porcentaje de fibra (10 a 13%).
- Tiene elevado precio.

Por las consideraciones expuestas, no es aconsejable el uso de pasta de algodón en codornices de postura. Si dado el caso no hay torta de soya y existe un buen precio de este producto, se puede usaren una proporción no mayor del 5% en la ración

Forraje verde

Para muchos criadores de codornices no es práctica usual el empleo de forraje verde en la alimentación, sobretodo a escala industrial. Pero si se considera que el huevito de la codorniz es un huevo ecológico de sabor muy agradable y si se desea mantener esta característica, se debe dar forraje

verde y alimentación sana para lo cual hay que proporcionarles gran parte de su alimentación natural como en su estado salvaje, que se alimentan de semillas, de insectos y de hierbas tiernas que existen en el campo. Se ha comprobado que dando una vez al día forraje verde se obtiene un huevo de sabor agradable, de buena pigmentación de la yema, asimismo los animales muestran mejor vigorosidad y buena salud. La codorniz se acostumbra al consumo de forraje. La cantidad que se debe dar es 3 gr. por animal al día, o sea 3 kilos para 1,000 ponedoras.

La forma de darles es picada en el comedero o en ramos para que piquen las hojas. El forraje ideal es alfalfa, lechuga o zanahoria, que producen un sabor agradable al huevo. No es recomendable usar hojas de ajos cebollas o nabos porque dan un sabor desagradable. El forraje debe ser fresco.

1.5.2.3. Insumos Energéticos.

Los insumos de mayor uso son; los granos de cereales y grasas. Entre los granos tenemos al maíz y sus subproductos, los subproductos de trigo y subproductos de arroz.

Maíz

Es uno de los principales insumos utilizados para la alimentación de las codornices y de otros animales, su uso es del orden del 50 a 60% en la ración. Para la alimentación de animales se importa aproximadamente el 50% y el otro 50% es nacional, el importado de EE.UU. es de mala calidad; guardado muchos años, el maíz procedente de Argentina es bueno; pero lo ideal para la formulación de ponedoras es el maíz nacional que es superior a cualquier importado.

El inconveniente es que tiene mucha humedad de (14 a 16%) y al almacenarlo rápidamente es atacado por hongos que producen micotoxinas; por este motivo lo recomendable es usar maíz nacional seco, sin la presencia de hongos y no guardarlo por muchos días molido, pues la grasa del maíz se enrancia por oxidación. Lo ideal es molerlo a una textura lo más fina posible y usarlo

inmediatamente. Por ello, hay que tener cuidado de usar maíz bien seco con menos de 14% de humedad

El maíz tiene 3,430 Kilocalorías por kilogramo (Kcal/ Kg.) valor que es superior a todos los granos, tiene bajo contenido de fibra (2.4%), así como bajo nivel de proteína

Sorgo

Si bien es cierto, también es un insumo energético, muy similar al maíz; pero no debe usarse en animales de postura, porque da lugar a la producción de huevos de sabor desagradable y la yema es blanca por la ausencia de caroteno

Sub-producto de trigo

El Perú no es productor de trigo: se importa de EE.UU. para la producción de harina y como resultado se obtiene la cáscara que molida se le llama afrecho, salvado o simplemente subproducto de trigo

El afrecho tiene 15% de proteínas, 1300 Kcal/Kg y elevado porcentaje de fibra (12%>, en la formulación se usa 5 a 7%)

Sub-producto de arroz

En el norte del país y en la selva donde mayormente se produce arroz se puede emplear el polvillo de arroz en proporciones no más del 5% como sustituto del maíz. El problema de este insumo es que rápidamente se malogra, debido al alto contenido de grasa (13%) y que se enrancia por oxidación, razón por la cual debe usarse fresco.

Todos estos productos pueden emplearse hasta un 15% como sustituto del maíz y afrecho.

1.5.4 Suplementos y Aditivos.

Se conocen con el nombre de suplementos y aditivos a los micro nutrientes que se agregan a la ración para completar el balance de la dieta, ya sea de minerales, vitaminas o aminoácidos.

Suplementos Minerales

Sal (Cl Na)

Químicamente es cloruro de sodio ,debe usarse sal yodada de consumo humano; el porcentaje a usar es 0-5%, bien molida.

Calcio (Ca)

Es un mineral de mucha importancia para la formación de [os huesos y del huevo. El calcio es uno de las principales elementos minerales para la producción de huevos. La necesidad de la codorniz de postura es de 3 a 5%. La falta de calcio ocasiona: rotura, cascara débil, caída de plumas baja postura, rotura de los huesos largos de la codorniz, etc. En el mercado se encuentran productos que contienen calcio y son baratos, así tenemos al carbonato de calcio (38% de Ca), almeja o concha de ostras (28% de Ca) y la harina de huesos (370% de Ca).

Fósforo (P)

Es otro elemento importante en la producción de huevos y está relacionado proporcionalmente al calcio, sus requerimientos son de 1 a 2.5%, la fuente que proporciona fósforo es la harina de huesos (37% de calcio y 12% de fósforo). También se encuentra en el mercado el fosfato de calcio (23% de calcio y 18% de fósforo).

Minerales trazas

A este grupo pertenece la gran cantidad de minerales que se usan como suplementos pero en muy pequeñas cantidades , as tenemos al manganeso y magnesio.

Cobre, Zinc, Hierro, Yodo, Cobalto y Potasio

Vienen en las pre mezclas minerales en proporciones para gallinas reproductoras y son de fácil adquisición en el mercado, se conoce con el nombre de Premix.

Aditivos Vitamínicos y Aminoácidos

Las vitaminas

Son catalizadores químicos que ayudan a la asimilación de los nutrientes en la célula.

Para añadir a las raciones, las vitaminas vienen micro mezcladas, con el nombre de pre mezclas vitaminas y minerales; debe comprarse las indicadas para gallinas reproductoras y se usa 2 Kg. por tonelada de alimento.

Con una buena harina de pescado, maíz nacional fresco y seco, forraje verde, así como la suplementación de las fórmulas de premix comerciales estamos asegurando todos los requerimientos que necesitan las codornices de postura.

Vitaminas en el agua

Cada 15 días, es recomendable el uso de vitaminas del complejo 8 en el agua, por 3 días consecutivos.

Aminoácidos sintéticos

Los aminoácidos sintéticos sirven para equilibrar las raciones con el aporte de insumos alimenticios, para cubrir las necesidades de aminoácidos esenciales que requieren las ponedoras. Los dos únicos aminoácidos sintéticos que se usan para animales son la metionina y la lisina. En las codornices de postura si es que no se usa harina de pescado es obligatorio usar metionina seguido de lisina.

La metionina comercialmente se encuentra como DL metionina y en forma práctica se emplea en el orden de 0.02%.

1.5.5 Formulación de Raciones.

Las codornices comen principalmente para satisfacer su hambre de energía; cuando esta hambre está satisfecho dejan de comer. Por esta razón hay que balancear bien la ración en proporciones precisas de proteínas, vitaminas y minerales en relación a la energía, de forma suficiente para que el animal reciba todos los nutrientes esenciales para satisfacer su hambre de energía.

Para hacer una formulación₁, lo primero que hay que tener en cuenta, son los

factores fundamentales para la elección de los insumos:

- Disponibilidad
- Calidad Precio.

Cada región tiene diversos insumos y en función de las consideraciones antes expuestas deberán utilizarse los más adecuados. El costo y la calidad de la dieta que consume la codorniz es la que determina el éxito de la producción de huevos ya que más de 70% de costo de producción constituye la alimentación.

1.5.5.1 Disponibilidad

El Perú tiene diversos insumos en cada una de sus regiones que deben ser utilizados ya sea por su valor de energía o proteína; así tenemos por ejemplo: en la selva se puede usar en un **300%** la harina de plátano o en 30% la harina de yuca como sustituto o complemento al maíz amarillo duro; en la sierra, en las zonas productoras de papa, se dispone de papa no comercial llamada culípe o change que cocida y luego secada al sol da una excelente harina de papa seca que puede sustituir al maíz hasta en un 25%: en otros lugares hay cebada y trigo, como es en Ayacucho, Huancavelica y Cajamarca. En la sierra norte como Santiago de Chuco, Huamachuco y Cajamarca existe la producción de la leguminosa llamada ñuña (es un frijol) que utilizaron nuestros antepasados, la ñuña tostada es superior a la soya, por donde se le puede comparar tiene 48% de proteínas; el problema es que no hay mucha producción:

pero como las codornices consumen poca cantidad de alimento es posible en estos lugares utilizar como sustituto total de la soya a la ñuña tostada, como fuente proteica y de energía.

1.5.5.2 Calidad

Los insumos deberán ser frescos y secos; los insumos guardados por mucho tiempo además de perder sus vitaminas son malos, muchos son malos

almacenados y tienen hongos que producen micotoxinas que son sustancias tóxicas para las aves; la harina de pescado, si ésta es guardada por mucho tiempo, tiene contaminación de salmonella, clostridium y las grasas fácilmente se oxidan produciendo peróxidos, sobretodo si no se le agrega antioxidantes de calidad.

De la calidad de los insumos depende la calidad de la ración y a la vez el éxito de la producción de huevos y salud de los animales. El maíz, que es el insumo que en mayor porcentaje entra en la ración, no debe tener más de 14 % de humedad y debe ser limpio.

Como se trató en el caso de la harina de pescado, este insumo se podría considerar como el de mayor importancia a elegir, no obstante también la torta de soya, el afrecho y la pasta de algodón pueden tener mico toxinas que son causantes del 90 % de los procesos tóxicos y que causan la mortalidad de las aves. En el Perú no es muy fácil conseguir insumos de calidad.

1.5.5.3 Precio

Otro factor importante en la elección de insumos es el costo, no obstante hay que tener en cuenta el dicho que lo barato sale caro”, razón por la cual en función de la calidad y la disponibilidad en el mercado deben elegirse aquellos insumos de menor precio que a igual calidad cubran los requerimientos fundamentalmente de energía y proteínas.

FORMULACION DE RACIONES PARA POSTURA (CALCULO POR 100 KG)

INSUMOS	CANTIDAD (Kg.)
Maíz amarillo	52.00
Harina de pescado	10.00
Torta de soya	20.00
Afrecho	6.72
Carbonato de calcio	5.00

Harina de huesos	2.00
Grasa	3.00
Sal	0.50
Premezclas, vitaminas y minerales	0.20
Cloruro de colina	0.10
Sulfato de manganeso	0.01
Oxido de magnesio	0.05
OL- Metionina	0.02
Fosfato di cálcico	0.40
Totales	100

1.6 Preparación de Alimentos

Como el consumo de alimentos es relativamente pequeño en comparación a las gallinas de postura, cada avicultor puede preparar en la granja los alimentos para sus aves y los fundamentos son dos:

- Tener alimentos de calidad
- Menores costos

En el primer caso el secreto radica en seleccionar insumos de calidad. En el segundo caso hay un ahorro del 25% como promedio cuando el propio granjero elabora sus alimentos.

1.6.1 Infraestructura

Se necesita un molino de martillo pequeño para moler el maíz y la torta de soya, una mezcladora y una balanza. El molino más pequeño es de 50 kilogramos / hora que sería para preparar alimentos para 20 mil ponedoras Si

no se dispone de esta pequeña maquinaria se toma el servicio de molienda del maíz y de la torta de soya; el resto de insumos vienen molidos.

Sin mayores problemas la mezcla se hará manualmente con una lampa, para lo cual hay que disponer de un pequeño piso de cemento Primero se pone el maíz bien molido, luego se agrega la harina de pescado y seguidamente el resto de insumos; en el caso de los micro nutrientes como las vitaminas y minerales, que son cantidades muy pequeñas, se procede como sigue:

En un envase aparte se agrega a los micro nutrientes un kilo de maíz y se mezclan las cantidades más pequeñas con la mano, luego a esta mezcla se agrega aproximadamente 5 kilos de maíz para hacer un mayor volumen. Finalmente se mezcla con otros 10 kilos de maíz.

1.6.2 Valores Nutritivos De Los Insumos Usados En El Perú Para La Elaboración De Alimentos Balanceados

	Energía Metabolizable	Proteínas	Grasa	Fibra	Calcio	Fósforo
Descripción	Kcal/Kgr	%	%	%	%	%
Maíz Amarillo	3,430	8.70	4.14	2.42	0.02	0.30
Torta de Soya	2,240	46.00	2.00	5.00	0.30	0.82
Harina de Pescado	3,000	65.00	10	0	3.62	2.54
Afrecho	1,300	15.00	2.50	12,00	0.14	1.10
Harina de Huesos	37.00	12.00
Grasa Hidrogenada	7,700	100
Carbonato de calcio Conchuela	38.00
Pasta de Algodón	2,000	36.00	3.50	10.00	0.20	1.00

Posteriormente se mezcla con el total de los insumos así se consigue una

uniformidad de los micro nutrientes. Con una lampa se forma un montículo y por los costados se da vuelta de un lado a otro de tal manera en 4 vueltas ya está totalmente mezclado, se envasa en sacos y seco se guarda en un lugar ventilado. Es aconsejable preparar alimentos una vez a la semana o máximo cada 15 días, con la finalidad de tener un producto fresco.

1.6.3 Alimentos Preparados

La firma Purina produce alimentos balanceados para codornices con el nombre de Godornina.

1.7. Manejo de los Huevos.

El buen manejo de los huevos está sujeto a tener presente los siguientes factores:

1. Prevención de infecciones por hongos y bacterias.
2. Control de temperatura.
3. Contra de evaporación.
4. Limpieza.
5. Embalaje de los huevos.

1.7.1 Prevención de infecciones por hongos y bacterias

La cáscara del huevo visto al microscopio es como un panal de abejas. Por ello, la codorniz bien manejada se agrega un líquido en el oviducto, que baña al huevo como un barniz y éste sale brillante, razón por la que estos huevos tienen una mayor duración en comparación a los que no poseen tal brillo. Esta protección es con la finalidad de que no penetren microorganismos.

La temperatura de la codorniz es de 40 a 41 - 59 °C y a esta temperatura inicial sale el huevo caliente para rápidamente enfriarse a la temperatura del ambiente. El aire cubre al huevo, envolviéndolo con los microorganismos que se encuentran en el galpón.

1.7.2 Control de temperatura

Los huevos deben ser almacenados en un ambiente con 10 a 15°C .Las temperaturas elevadas malogran la conservación de los mismos. Por estudios realizados se conoce que los huevos responden bien a un congelado gradual de una temperatura de ambiente de 5°C, luego a 0°C y de allí a -10°C.

1.7.3. Control de evaporación

La humedad atraviesa conjuntamente con el aire, a través de los poros que tiene la cáscara del huevo. En un ambiente seco, los huevos rápidamente se deshidratan, en comparación con un ambiente húmedo. Si la evaporación es demasiado rápida puede producirse la ruptura de la albúmina y el ensanchamiento de la cámara de aire.

Para evitar la evaporación, el cuarto de almacenamiento de huevos debe tener una alta humedad, entre el 80 y el 96% . La forma práctica para mantener una mayor humedad es poniendo en el cuarto bandejas con agua.

1.6.4 Limpieza

El galpón y en especial las rejillas donde caen los huevos deben estar siempre bien limpios. Un ambiente sucio tiene millones de microorganismos y lógicamente hay una mayor contaminación.

Cualquier método de limpieza o fumigación que se emplee no siempre alcanza a los microorganismos que ya han penetrado en el cascarón del huevo.

interesante es el lavarse las manos antes de recoger los huevos. Los huevos rotos deben separarse para recogerlos al último con la finalidad de no ensuciarse las manos.

1.7.5. Embalaje de los huevos

Es importante la colocación de los huevos en las cajitas de venta Directamente de las baterías a las cajitas. La parte más ancha del huevo debe estar hacia abajo (cuando se trata de huevos de incubación es a la inversa, la parte más ancha es hacia arriba). Las cajitas deben estar con sus respectivos separadores. En cada separación debe colocarse un huevo, balanceando los chicos con los grandes, pues todos los huevos no son del mismo peso y tamaño; de tal manera de asegurar que no exista mucho movimiento al momento del transporte.

8.Control Sanitario

La sanidad es otro de los factores importantes que determina el éxito de la crianza de las ponedoras:

1.8.1.Medidas Preventivas

- Limpieza. Debe estar siempre en el galpón; colocar desinfectantes a la entrada.
- No dejar ingresar en exceso a personas extrañas.
- El piso debe estar seco, la humedad es perjudicial.
- Asegurar que no penetren animales: perros gatos, ratas y pajaritos.

Las codornices son rústicas y resistentes a todas las enfermedades, no obstante son aves y les puede atacar las enfermedades que les da a las aves. Todavía se conservan como si fueran salvajes.

A las codornices no se las vacuna, en el alimento no necesitan sulfas, nitrofuranos, ni antibióticos.

Si las ponedoras han sido mal levantadas y han tenido coccidiosis y luego las baterías son mal construidas permitiendo contaminación por las heces, es seguro que continúen con este mal durante la puesta y es fácil detectar por el color sanguinolento de las heces. En este caso, rápidamente se controla con productos a base de sulfas, siguiendo las instrucciones indicadas igual que para las gallinas de postura

Por un mal manejo puede darse el caso de la presencia de enfermedades

infecto contagiosas que son fáciles de curar con el uso de antibióticos.

Cualquier enfermedad, si es que se presentara, se controla con los mismos fármacos que se emplean para las gallinas de postura.

Picaje por canibalismo

Es común la presencia de picaje cuando falta sal en la ración. por falta de agua más de 7 horas o falta de alimentos por más de 15 horas.

Intoxicaciones por hongos y Mohos

El inadecuado manejo de los insumos y los alimentos ya preparados. dan lugar a la presencia de hongos y mohos; y estos producen unas sustancias tóxicas conocidas con el nombre de micotoxinas; científicos de Estados Unidos han descubierto más de 300 micotoxinas, siendo más conocidas las aflatoxinas, toxinas, citrina, etc.

La proliferación de hongos y mohos se da cuando existen 3 condiciones básicas. Humedad, temperatura y la oscuridad. En estas condiciones se produce más de una micotoxina, que actúan asociadas y causan toxicidad, deteriorando la salud de las aves.

La solución es no usar insumos guardados y con exceso de humedad, asimismo no *guardar* por mucho tiempo los alimentos preparados.

1.9 Comercialización de huevos

El desarrollo de la codorniz en el Perú ha estado atrasado por la defectuosa comercialización de huevos y falta de mercado debido precisamente al desconocimiento de la importancia de este gran alimento y remedio a la vez; no hubo difusión, todo granjero que criaba más de mil animales fracasaba. Mas de 360 y de 4 supermercados localizados en zonas de alto poder adquisitivo en Lima, ha dado lugar únicamente al consumo diario de 7,000 huevitos, esto hasta 1992; en la actualidad un solo vendedor ambulante vende en la calle más de 7,000 huevitos al día y la demanda crece en forma geométrica a medida que el público tiene mayor conocimiento del valor alimenticio.

1.9.1. Conservación

Los huevos no deben dejarse en las baterías, pues se contaminan con el alimento. Deben recogerse y de inmediato colocarlos en las cajitas de cartón que van directamente a la venta.

El huevo es una célula macroscópica que capta con facilidad los malos olores o sustancias tóxicas de su alrededor hasta 3 m. de distancia. Por ejemplo, se ha podido comprobar la captación de kerosene.

Los huevos se conservan bien al aire libre, protegidos del sol, también refrigerados.

Se ha comprobado que los huevos pueden consumirse hasta 150 días, donde han perdido únicamente la humedad, si es que no hay huevos rotos; en condiciones normales los huevos deben venderse hasta 45 días de guardados, al aire libre, sin refrigeración. Si hay algún huevo roto y no hay ventilación, existe una rápida contaminación y no duran 4 días. Cuando esto sucede, se elimina la cajita con el huevo roto y el resto de huevos se lavan con agua y sal, se secan y luego se envasan nuevamente, duran más o menos 20 días. Han existido casos que por una cajita malograda se ha eliminado erróneamente más de 10 mil huevitos. Otro método práctico es colocar los huevos en una solución de cal 12 gr. por un litro de agua, los huevos pueden durar 6 meses.

1.9.2. Envases

Existen envases plásticos, traídos de EE.UU. o Argentina especialmente para una o dos docenas de huevitos. Para nuestras condiciones no son tan prácticos ya que no les permite respirar, se descomponen rápidamente, ni más aún si hay algún huevito roto.

La cajita de cartón con capacidad para una docena de huevitos, que tiene separadores internos y 7 huecos para la penetración del aire, por el momento es la más recomendable para la comercialización de huevos frescos en el mercado interno y para la exportación, porque permite una buena ventilación y están protegidos de la luz.

Modelo de una Carta de Presentación

Codornox Trademark S.A

Las Castañas 134 Lote B – Pachacamac

Lima – Perú

Tfn. 2345678 – 234567

codornoxtrademark@cosapi.com

Nuestra Referencia:

Fecha martes, 21 de noviembre de 2000

Señores

Agrocopri

Cali, Colombia

Muy Señores nuestros:

Hemos tomado referencia de Ustedes por medio de Adex –Perú, por lo que siendo una empresa exportadora de huevos de codorniz queremos darle a conocer nuestro productos que consideramos son de muy buena calidad, que será muy ventajoso para Uds.

Incluimos en esta carta algunas muestras y, esperamos que les interesen. Representan la gama de calidades y diversas presentaciones de nuestro producto que ofrecemos. Adjuntamos también un folleto – catalogo que le proporcionara información referente a nuestra empresa y que detalla nuestra lista de precios y condiciones de contrato.

Cualquier consulta referente a nuestro producto y servicio consulte a nuestra dirección electrónica o visite nuestro web site.

ANEXO II

Modelo de Encuesta

Generalidades

El presente modelo fue realizado a fin de poder conocer con mayor precisión a nuestros futuros clientes, así como sus principales gustos y preferencias. Los presentes cuestionarios fueron enviados a los diferentes supermercados Metro, Santa Isabel y Wong; así como hoteles de Colombia y Venezuela, mediante el uso de Internet.

1. Indique que tipo de negocio realiza en el mercado

- Supermercado
- Hotel
- Centro Naturista
- Otros (Especificar)

2. Indique el país donde desarrolla sus operaciones comerciales

- Colombia
- Venezuela
- Ambos

5. Su compañía compra el producto huevos de Codorniz

* En caso de que si compre huevos de Codorniz

6. Cual es el volumen promedio mensual que Ud. Compra (en Kg.)

7. Cuales son los meses de mayor crecimiento en las ventas.....

8. Desde su punto de vista como cliente, cual cree Ud. que constituye el factor decisivo para que su compañía compre a un determinado proveedor ; enumere en orden de importancia.

- Calidad del empaque (presentación)
- Precio
- Factor precisión y confiabilidad de que las entregas se realicen a tiempo
- Calidad de entrega

10. Su actual proveedor de huevos de Codorniz es (indicar país de la empresa).....

11 El precio de venta de su proveedor es : \$/Kg.....

12. La modalidad de venta que realiza su proveedor es

- FIB
- FOB
- Otras (Especifique).....

año	codi_aduan	pais_orige	pais	partida	fob	flete	seguro	cif	pesoneto	pesobruto	mes
96	118	351	HONG KONG	407009000	11.44	12.19	0.42	128.05	68	78	01
96	262	97	BOLIVIA	407009000	7500	250	165	7915	8750	9000	02
96	262	97	BOLIVIA	407009000	7500	250	165	7915	8750	9000	02
96	235	249	ESTADOS UNIDOS	407009000	1147.5	542.81	25.25	1715.56	95	101	02
96	262	97	BOLIVIA	407009000	7500	250	165	7915	8750	9000	02
96	262	97	BOLIVIA	407009000	7500	250	165	7915	8750	9000	02
96	262	97	BOLIVIA	407009000	7500	250	165	7915	8750	9000	02
96	118	351	HONG KONG	407009000	153.92	18.19	0.6	172.71	80	104	02
96	262	97	BOLIVIA	407009000	15500	500	341	16341	20000	21000	02
96	262	97	BOLIVIA	407009000	7500	250	165	7915	8750	9000	02
96	262	97	BOLIVIA	407009000	15500	500	341	16341	20000	21000	02
96	262	97	BOLIVIA	407009000	7750	250	170.5	8170.5	10000	10500	02
96	181	97	BOLIVIA	407009000	13600	500	299.2	14399.2	17000	17850	02
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8000	250	176	8426	10000	10500	03
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8000	250	176	8426	10000	10500	03
96	262	97	BOLIVIA	407009000	15800	500	347.6	16647.6	20000	21000	03
96	172	211	CHILE	407009000	336	30.86	1.01	367.87	2091	2193	03
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8000	250	176	8426	10620	11420	03
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8000	250	176	8426	10000	10800	03
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8000	250	176	8426	10000	10800	03
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8800	250	193.6	9243.6	10000	10980	03
96	118	351	HONG KONG	407009000	407.46	29.97	7.38	444.81	127.66	178.025	04
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8800	250	193.6	9243.6	10800	11640	04
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8800	250	193.6	9243.6	10800	11680	04
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8800	250	193.6	9243.6	10980	11860	04
96	118	215	CHINA	407009000	128	51.28	0.97	180.25	200	220	04
96	172	211	CHILE	407009000	345	11.37	0.86	357.23	808	890	05
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8800	250	193.6	9243.6	10100	10980	05
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8800	250	193.6	9243.6	10764	11604	05
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8800	250	193.6	9243.6	10890	11770	05
96	262	97	BOLIVIA	407009000	10880	250	239.36	11369.36	10910	11870	05
96	262	97	BOLIVIA	407009000	10880	250	239.36	11369.36	10100	10980	05
96	262	97	BOLIVIA	407009000	10300	250	226.6	10776.6	10780	11796	05
96	262	97	BOLIVIA	407009000	10880	250	239.36	11369.36	9580	10500	06
96	262	97	BOLIVIA	407009000	10300	250	226.6	10776.6	11070	12110	06
96	262	97	BOLIVIA	407009000	10880	250	239.36	11369.36	10800	11680	06
96	262	97	BOLIVIA	407009000	9500	250	209	9959	10674	11514	06
96	262	97	BOLIVIA	407009000	19400	500	426.8	20326.8	21618	23498	07
96	262	97	BOLIVIA	407009000	9900	250	217.8	10367.8	10800	11680	07
96	262	97	BOLIVIA	407009000	6000	250	132	6382	6372	6852	07
96	262	97	BOLIVIA	407009000	19400	500	426.8	20326.8	21618	23498	07
96	262	97	BOLIVIA	407009000	9900	250	217.8	10367.8	11052	11932	08
96	262	97	BOLIVIA	407009000	19400	500	426.8	20326.8	22367.4	24367.4	08
96	262	97	BOLIVIA	407009000	9900	250	217.8	10367.8	11520	12640	08
96	118	215	CHINA	407009000	150.06	9.99	0.88	160.93	60.156	94.11	08
96	262	97	BOLIVIA	407009000	9800	250	215.6	10265.6	10890	11980	09
96	262	97	BOLIVIA	407009000	19000	500	418	19918	21672	23552	09
96	118	351	HONG KONG	407009000	57.72	5.28	0.18	63.18	33.88	48.99	09
96	118	351	HONG KONG	407009000	542.7	172.04	3.8	718.54	420	480	09
96	262	97	BOLIVIA	407009000	9800	250	220.5	10270.5	10890	11890	09
96	262	97	BOLIVIA	407009000	5880	200	132.3	6212.3	6234.4	6714.4	09
96	262	97	BOLIVIA	407009000	19000	500	427.5	19927.5	21775	23551	09
96	262	97	BOLIVIA	407009000	8000	250	180	8430	8000	8400	10
96	118	215	CHINA	407009000	115.44	11.69	0.35	127.48	80.92	105.62	10
96	262	97	BOLIVIA	407009000	5680	200	127.8	6007.8	6362.7	6842.7	11
96	118	351	HONG KONG	407009000	134.68	17.97	0.41	153.06	130	176.27	11
96	262	97	BOLIVIA	407009000	9000	250	202.5	9452.5	10000	10500	12

IP97

año	codi_aduan	pais_orige	pais	partida	fob	flete	seguro	cif	pesoneto	pesobruto	mes
97	118	249	ESTADOS UNIDOS	407009000	112.8	22.04	2.54	137.38	18.41	22.45	01
97	262	97	BOLIVIA	407009000	4800	200	108	5108	6393	6873	01
97	118	351	HONG KONG	407009000	460.46	56.37	2.79	519.62	300	339.83	01
97	262	97	BOLIVIA	407009000	8400	250	189	8839	10000	10500	02
97	262	97	BOLIVIA	407009000	7200	250	162	7612	10000	10833	02
97	262	97	BOLIVIA	407009000	7500	250	168.75	7918.75	10000	10833	03
97	118	215	CHINA	407009000	417.78	157.21	2.93	577.92	660	720	03

97	262	97	BOLIVIA	407009000	15200	500	342	16042	20000	21000	03
97	262	97	BOLIVIA	407009000	8000	230	180	8410	10000	10500	03
97	262	97	BOLIVIA	407009000	14600	500	328.5	15428.5	19000	20500	03
97	262	97	BOLIVIA	407009000	15800	500	355.5	16655.5	21262	22942	04
97	262	97	BOLIVIA	407009000	7900	250	177.75	8327.75	10688	11532	04
97	262	97	BOLIVIA	407009000	16000	500	360	16860	21375	23063	04
97	235	249	ESTADOS UNIDOS	407009000	540	162.96	12.15	715.11	77	82	04
97	262	97	BOLIVIA	407009000	16200	500	364.5	17064.5	21375	23063	04
97	262	97	BOLIVIA	407009000	8200	250	184.5	8634.5	10687.5	11531.5	04
97	118	351	HONG KONG	407009000	122.4	6.59	0.37	129.36	60	78	05
97	262	97	BOLIVIA	407009000	8400	250	189	8839	10687.5	11631.5	05
97	262	97	BOLIVIA	407009000	8400	250	189	8839	10687.5	11631.5	05
97	118	149	CANADA	407009000	162.6	7.37	3.66	173.63	80	100	07
97	118	149	CANADA	407009000	65.17	2.37	1.47	69.01	20	30	07
97	118	351	HONG KONG	407009000	122.4	8.04	0.37	130.81	60	78	07
97	118	399	JAPON	407009000	122.4	7.7	0.37	130.47	60	78	08
97	118	215	CHINA	407009000	723.6	166.34	4.66	894.6	550	630	09
97	118	351	HONG KONG	407009000	283.31	34.6	1.7	319.61	220	255.58	10
97	118	351	HONG KONG	407009000	122.7	10.79	0.31	133.8	60	70	10
97	262	97	BOLIVIA	407009000	9000	250	202.5	9452.5	11100	11800	11
97	118	215	CHINA	407009000	164	12.71	0.42	177.13	76.25	89.76	12

1P98

año	codi_aduan	pais_orige	pais	partida	fob	flete	seguro	cif	pesoneto	pesobruto	mes
98	262	97	BOLIVIA	407009000	8800	250	198	9248	11000	11700	01
98	262	97	BOLIVIA	407009000	13625	500	308.56	14431.56	26000	27700	02
98	262	97	BOLIVIA	407009000	5677	250	127.73	6054.73	11000	11700	02
98	262	97	BOLIVIA	407009000	5466	250	122.99	5838.99	10500	11400	02
98	262	97	BOLIVIA	407009000	11333	500	254.99	12087.99	23000	24300	02
98	262	97	BOLIVIA	407009000	6000	375	135	6510	11400	12500	02
98	262	97	BOLIVIA	407009000	5466	250	122.99	5838.99	10500	11400	03
98	262	97	BOLIVIA	407009000	11333	500	254.99	12087.99	23000	24200	03
98	262	97	BOLIVIA	407009000	5667	250	127.51	6044.51	11000	11700	03
98	118	351	HONG KONG	407009000	340.79	48.81	1.97	391.57	220	284.95	03
98	262	97	BOLIVIA	407009000	11333	500	254.99	12087.99	23000	24200	03
98	262	97	BOLIVIA	407009000	5667	250	127.51	6044.51	11000	11700	03
98	262	97	BOLIVIA	407009000	5900	300	132.75	6332.75	10500	11400	03
98	172	211	CHILE	407009000	4950	116.92	21.72	5088.64	9900	11500	04
98	118	351	HONG KONG	407009000	795.96	89.8	5.1	890.86	616	660	04
98	262	97	BOLIVIA	407009000	6900	300	155.25	7355.25	12000	12870	04
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7000	250	157.5	7407.5	11000	11700	04
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7350	250	165.38	7765.38	12000	12870	04
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7000	250	157.5	7407.5	11000	11700	04
98	262	97	BOLIVIA	407009000	14000	500	315	14815	23000	24200	05
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7000	300	157.5	7457.5	11400	12540	05
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7300	250	164.25	7714.25	11000	11700	05
98	172	211	CHILE	407009000	810	10.92	3.54	824.46	990	1043	05
98	235	249	ESTADOS UNIDOS	407009000	10450	1518	30.9	11998.9	950	994	05
98	118	23	ALEMANIA	407009000	5136.6	580.08	80.82	5797.5	648	868.073	05
98	118	23	ALEMANIA	407009000	5136.6	580.07	80.84	5797.51	648	868.073	05
98	118	23	ALEMANIA	407009000	1996.63	617.2	31.42	2645.25	689.46	923.613	05
98	118	23	ALEMANIA	407009000	1093.13	337.27	17.2	1447.6	376.76	504.715	05
98	118	23	ALEMANIA	407009000	300.7	92.78	4.73	398.21	103.64	138.838	05
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7300	250	164.25	7714.25	11000	11700	05
98	172	211	CHILE	407009000	810	10.9	3.34	824.24	990	1043	05
98	172	211	CHILE	407009000	607.5	8.24	2.66	618.4	743	786	05
98	172	211	CHILE	407009000	1012.5	13.87	4.43	1030.8	1238	1344	05
98	172	211	CHILE	407009000	1215	17.11	5.32	1237.43	1485	1613	06
98	262	97	BOLIVIA	407009000	8500	250	191.25	8941.25	11000	11700	06
98	172	211	CHILE	407009000	1215	16.23	5.32	1236.55	1485	1613	06
98	235	249	ESTADOS UNIDOS	407009000	11725	1707.75	31.13	13463.88	1061	1120	06
98	172	211	CHILE	407009000	810	11.31	3.54	824.85	990	1075	06
98	262	97	BOLIVIA	407009000	9000	250	202.5	9452.5	11000	11700	06
98	172	211	CHILE	407009000	1215	16.78	5.32	1237.1	1485	1613	06
98	172	211	CHILE	407009000	1215	16.93	5.32	1237.25	1485	1613	06
98	172	211	CHILE	407009000	1620	22.36	7.09	1649.45	1980	2151	06
98	262	97	BOLIVIA	407009000	16300	500	366.75	17166.75	23000	24200	06
98	262	97	BOLIVIA	407009000	8500	250	191.25	8941.25	11000	11700	06
98	262	97	BOLIVIA	407009000	16000	500	360	16860	21500	23000	06
98	262	97	BOLIVIA	407009000	8000	300	180	8480	11000	11700	06

98	172	211	CHILE	407009000	2592	35.91	11.34	2639.25	3168	3442	06
	172	211	CHILE	407009000	405	6.18	1.77	412.95	540	583	07
98	262	97	BOLIVIA	407009000	8000	250	180	8430	11000	11700	07
98	172	211	CHILE	407009000	607.5	8.47	2.67	618.64	743	806	07
98	172	211	CHILE	407009000	405	5.62	1.77	412.39	495	537	07
98	172	211	CHILE	407009000	405	5.66	1.71	412.37	495	537	07
98	262	97	BOLIVIA	407009000	15800	500	355.5	16655.5	21500	23000	07
98	262	97	BOLIVIA	407009000	15800	500	355.5	16655.5	23000	24200	07
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7700	250	173.25	8123.25	11000	11700	07
98	172	211	CHILE	407009000	810	11.29	3.54	824.83	990	1074	07
98	262	97	BOLIVIA	407009000	16500	600	371.25	17471.25	25100	26600	08
98	172	211	CHILE	407009000	405	5.69	1.77	412.46	495	537	08
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7800	250	175.5	8225.5	11000	11700	08
98	262	97	BOLIVIA	407009000	15600	500	351	16451	23000	24200	08
98	172	211	CHILE	407009000	405	5.61	1.77	412.38	495	537	08
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7700	250	173.25	8123.25	11000	11700	08
98	172	211	CHILE	407009000	405	5.54	1.77	412.31	495	537	08
98	172	211	CHILE	407009000	810	11.25	3.79	825.04	990	1075	08
98	262	97	BOLIVIA	407009000	15400	500	346.5	16246.5	22400	23400	08
98	172	211	CHILE	407009000	810	11.39	3.54	824.93	990	1074	08
98	235	249	ESTADOS UNIDOS	407009000	37.29	39.86	0.84	77.99	13.771	14.496	09
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7100	250	159.75	7509.75	11000	12000	09
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7100	250	159.75	7509.75	11000	12000	09
98	172	211	CHILE	407009000	243	3.23	5.47	251.7	297	322	09
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7100	250	159.75	7509.75	11000	12000	09
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7100	250	159.75	7509.75	11000	12000	09
98	172	211	CHILE	407009000	243	3.23	5.47	251.7	297	322	10
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7100	250	159.75	7509.75	11000	12000	10
98	262	97	BOLIVIA	407009000	14200	500	319.5	15019.5	22500	24000	10
98	172	211	CHILE	407009000	243	3.21	5.47	251.68	297	322	10
98	172	211	CHILE	407009000	810	9.98	18.23	838.21	990	1000	10
98	262	97	BOLIVIA	407009000	6800	250	153	7203	11000	12000	10
98	172	211	CHILE	407009000	1620	21.47	36.45	1677.92	1980	2148	10
98	172	211	CHILE	407009000	1215	16.12	27.34	1258.46	1435	1611	11
98	172	211	CHILE	407009000	810	10.73	18.23	838.96	990	1074	11
98	172	211	CHILE	407009000	810	10.72	18.23	838.95	990	1074	11
98	262	97	BOLIVIA	407009000	14000	450	315	14765	22000	24000	11
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7000	250	157.5	7407.5	11000	12000	11
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7000	250	157.5	7407.5	11000	12000	11
98	172	211	CHILE	407009000	810	10.72	18.23	838.95	990	1074	11
98	262	97	BOLIVIA	407009000	7000	250	157.5	7407.5	11000	12000	12
98	172	211	CHILE	407009000	202.5	2.69	4.56	209.75	248	269	12
98	262	97	BOLIVIA	407009000	6400	250	144	6794	11000	12000	12
98	172	211	CHILE	407009000	202.5	2.69	4.56	209.75	248	269	12
98	262	97	BOLIVIA	407009000	12800	250	288	13338	22000	24000	12

IMP99

año	codi_aduan	pais_orige	pais	partida	fob	flete	seguro	cif	pesoneto	pesobruto	mes
99	172	211	CHILE	407009000	202.5	2.69	0.89	206.08	248	269	01
99	172	211	CHILE	407009000	202.5	2.69	0.81	206	248	269	01
99	262	97	BOLIVIA	407009000	5700	300	128.25	6128.25	11000	12000	01
99	262	97	BOLIVIA	407009000	11400	500	256.5	12156.5	22500	24000	01
99	262	97	BOLIVIA	407009000	5700	250	128.25	6078.25	11000	12000	02
99	262	97	BOLIVIA	407009000	11200	500	252	11952	23000	24000	02
99	262	97	BOLIVIA	407009000	11200	500	252	11952	22500	24000	02
99	172	211	CHILE	407009000	202.5	2.69	0.89	206.08	248	269	02
99	262	97	BOLIVIA	407009000	11200	500	252	11952	23000	24000	02
99	262	97	BOLIVIA	407009000	5900	250	132.75	6282.75	12375	13200	02
99	262	97	BOLIVIA	407009000	11000	500	247.5	11747.5	23000	24000	02
99	262	97	BOLIVIA	407009000	11000	500	247.5	11747.5	23000	24000	02
99	262	97	BOLIVIA	407009000	11000	500	247.5	11747.5	23000	24000	02
99	172	211	CHILE	407009000	243	3.22	1.06	247.28	299	323	02
99	262	97	BOLIVIA	407009000	8200	500	184.5	8884.5	23000	24000	03
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.83	3.15	732.98	900	985	03
99	118	215	CHINA	407009000	325.16	54.5	2.03	381.69	220	310.13	03
99	262	97	BOLIVIA	407009000	10100	530	227.25	10857.25	22570	23570	03
99	262	97	BOLIVIA	407009000	9200	500	207	9907	23000	24000	03
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.84	3.15	732.99	900	985	03
99	262	97	BOLIVIA	407009000	10200	500	229.5	10929.5	22900	23900	03
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.85	3.15	733	900	985	03

99	262	97	BOLIVIA	407009000	10100	530	227.25	10857.25	24960	25960	03
99	262	97	BOLIVIA	407009000	11300	500	254.25	12054.25	24000	25000	03
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.8	3.15	732.95	900	985	03
99	262	97	BOLIVIA	407009000	7000	300	157.5	7457.5	13500	14340	03
99	262	97	BOLIVIA	407009000	7000	385	157.5	7542.5	16300	17030	03
99	172	211	CHILE	407009000	216	2.95	0.95	219.9	270	296	03
99	172	211	CHILE	407009000	720	11.17	3.15	734.32	900	1116	03
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.84	3.15	732.99	900	985	04
99	262	97	BOLIVIA	407009000	15000	530	337.5	15867.5	28000	29120	04
99	172	211	CHILE	407009000	432	6.12	1.89	440.01	540	591	04
99	262	97	BOLIVIA	407009000	15000	530	337.5	15867.5	28000	29120	04
99	172	211	CHILE	407009000	1080	15.71	4.73	1100.44	1350	1487	04
99	262	97	BOLIVIA	407009000	15000	530	337.5	15867.5	28120	29120	04
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.83	3.15	732.98	900	985	04
99	172	211	CHILE	407009000	720	10.37	3.15	733.52	900	985	04
99	172	211	CHILE	407009000	360	4.92	1.58	366.5	450	493	04
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.83	3.15	732.98	900	985	05
99	262	97	BOLIVIA	407009000	15000	530	337.5	15867.5	26500	27500	05
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	443.1	20.41	1370.71	552	624	05
99	172	211	CHILE	407009000	360	4.52	1.46	365.98	450	493	05
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.87	3.15	733.02	900	985	05
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	443.1	20.41	1370.71	552	599	05
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.82	3.15	732.97	900	985	05
99	118	215	CHINA	407009000	78.75	61.5	1.77	142.02	100	118.82	05
99	118	215	CHINA	407009000	69.6	30.75	1.57	101.92	50	59.41	05
99	118	215	CHINA	407009000	19.2	17.89	0.43	37.52	30	34.57	05
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.86	3.15	733.01	900	985	05
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	443.1	20.41	1370.71	600	651	05
99	172	211	CHILE	407009000	720	10.96	3.15	734.11	900	985	05
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.84	3.15	732.99	900	985	05
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	443.1	20.41	1370.71	600	661	05
99	172	211	CHILE	407009000	720	10.14	3.15	733.29	900	985	05
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.87	3.15	733.02	900	985	06
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	443.1	20.41	1370.71	552	664	06
99	172	211	CHILE	407009000	864	11.84	3.78	879.62	1080	1182	06
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.86	3.15	733.01	900	985	06
99	262	97	BOLIVIA	407009000	7800	270	175.5	8245.5	11100	12060	06
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	443.1	20.41	1370.71	600	612	06
99	172	211	CHILE	407009000	864	11.82	3.78	879.6	1080	1182	06
99	172	211	CHILE	407009000	864	11.83	3.78	879.61	1080	1182	06
99	262	97	BOLIVIA	407009000	13800	540	310.5	14650.5	22900	23900	06
99	262	97	BOLIVIA	407009000	13800	518	310.5	14628.5	23340	24340	06
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	443.1	20.41	1370.71	600	671	06
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.87	3.15	733.02	900	985	06
99	262	97	BOLIVIA	407009000	15000	540	337.5	15877.5	26300	27500	06
99	172	211	CHILE	407009000	864	11.37	3.78	879.15	1080	1182	06
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	443.1	20.41	1370.71	600	659	06
99	262	97	BOLIVIA	407009000	13800	540	310.5	14650.5	23070	24070	06
99	172	211	CHILE	407009000	720	9.83	3.15	732.98	900	985	06
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	480.39	20.41	1408	600	667	07
99	172	211	CHILE	407009000	1656	24.32	7.25	1687.57	2132.73	2432.73	07
99	172	211	CHILE	407009000	810	9.7	3.54	823.24	927.27	970.27	07
99	172	211	CHILE	407009000	720	10.5	3.15	733.65	900	1050	07
99	262	97	BOLIVIA	407009000	13800	540	310.5	14650.5	23600	24560	07
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	477.39	20.41	1405	600	668	07
99	172	211	CHILE	407009000	792	11.48	3.47	806.95	990	1150	07
99	262	97	BOLIVIA	407009000	15000	514	337.5	15851.5	26200	27280	07
99	172	211	CHILE	407009000	720	10.69	3.15	733.84	930	1094	07
99	172	211	CHILE	407009000	405	5.67	1.77	412.44	465	580	07
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	477.39	20.41	1405	600	667	07
99	172	211	CHILE	407009000	720	11.02	3.15	734.17	930	1100	07
99	172	211	CHILE	407009000	405	5.81	1.77	412.58	465	580	07
99	172	211	CHILE	407009000	720	10.16	3.15	733.31	930	1015	07
99	172	211	CHILE	407009000	405	5.08	1.77	411.85	465	508	07
99	262	97	BOLIVIA	407009000	13800	540	310.5	14650.5	23700	24600	07
99	235	97	BOLIVIA	407009000	907.2	477.39	20.41	1405	600	694	07
99	172	211	CHILE	407009000	1012.5	12.87	4.43	1029.8	1181	1288	07
99	172	211	CHILE	407009000	900	12.87	3.94	916.81	1181	1288	07
99	172	211	CHILE	407009000	720	10.12	3.15	733.27	930	1015	07
99	172	211	CHILE	407009000	405	5.07	1.77	411.84	465	508	07

EXP96										
año	codi aduan	aduana	partida	pais ori e	pais	fob	esoneto	esobruto	mes	ex ortador
96	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	275	FRANCIA	1215	507.53	562.57	JULIO	NUTREINA S.A.
96	82	SALAVERRY	407009000	995	PAISES NO PREC. EN OP. ABAST.COMBU ST O A	60.06	60	60	SETIEMBRE	MARTINEZ VARGAS DURANGO
						1275.06	567.53	622.57		
EXP97										
año	codi aduan	aduana	partida	pais ori e	pais	fob	esoneto	esobruto	mes	ex ortador
97	82	SALAVERRY	407009000	995	PAISES NO PREC. EN OP. ABAST.COMBU ST O A	171.05	152.2	152.2	MAYO	MARTINEZ VARGAS DURANGO
						171.05	152.2	152.2		
EXP98										
año	codi aduan	aduana	partida	pais ori e	pais	fob	esoneto	esobruto	mes	ex ortador
98	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	5916.24	7920	8258	JULIO	ESTUARDO MASIAS MARROU
98	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	27649.43	32617	34945	NOVIEMBRE	ESTUARDO MASIAS MARROU
98	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	41474.76	49316	52808	NOVIEMBRE	ESTUARDO MASIAS MARROU
98	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	41472.38	48837	52329	NOVIEMBRE	ESTUARDO MASIAS MARROU
98	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	41472.8	48393	51885	NOVIEMBRE	ESTUARDO MASIAS MARROU
98	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	27649	32426.1	34945	DICIEMBRE	ESTUARDO MASIAS MARROU
						185634.61	219509.1	235170		
EXP99										
año	codi aduan	aduana	partida	pais ori e	pais	fob	esoneto	esobruto	mes	ex ortador

99	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	27648.02	32272.7	34600	ENERO	ESTUARDO MASIAS MARROU
99	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	41474.13	48547.5	52039.5	ENERO	ESTUARDO MASIAS MARROU
99	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	41473.95	48203.1	51695.1	ENERO	ESTUARDO MASIAS MARROU
99	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	41474.17	48355.1	51847.1	ENERO	ESTUARDO MASIAS MARROU
99	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	31756.88	36649.6	39103.6	ENERO	ESTUARDO MASIAS MARROU
99	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	16991.76	19737.2	20964.2	FEBRERO	ESTUARDO MASIAS MARROU
99	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	16762.56	19525.4	20752.4	FEBRERO	ESTUARDO MASIAS MARROU
99	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	16953.68	19950.2	21177.2	FEBRERO	ESTUARDO MASIAS MARROU
99	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	33906.41	39665.9	42119.9	MARZO	ESTUARDO MASIAS MARROU
99	118	MARITIMA DEL CALLAO	407009000	850	VENEZUELA	33906.47	39578	42032	MARZO	ESTUARDO MASIAS MARROU
						316171.75	368730.7	393741		

ANEXO III

REQUISITOS PARA LA PAGINA WEB

Deberán de contar con los siguientes requisitos:

La presencia del logotipo de VISA, de modo tal que el tarjeta habiente VISA identifique La página web como afiliada.

La página web deberá ser de fácil acceso y amigable para los usuarios de VISA.

Asimismo deberá tener un carrito de compras o sistema similar que facilite el proceso de compras.

Deberá contar con una sección de ayuda al usuario, donde se estipularán las normas para La compra, entrega de los bienes y/o servicios, políticas de devolución que ofrece el ESTABLECIMIENTO. Incluirá dirección electrónica y/o número telefónico.

Deberá contar con un sistema que permita diferenciar las operaciones concluidas (cuando la mercadería es entregada a despacho para su reparto al tarjeta habiente) y las pendientes (cuando la mercadería no se entrega en el día de haberse realizado la compra). Asimismo deberá de contar con un sistema de información al tarjeta habiente VISA en donde se le informe vía correo electrónico que el despacho y la consiguiente entrega ya ha sido efectuada, por lo cual el ESTABLECIMIENTO realizara el cierre respectivo de la operación.

En el momento que el tarjeta habiente VISA acepte l compra de un bien y/o servicio, se le deberá de mostrar en forma clara la opción de poder cancelar su compra a través del sistema de transacción electrónica segura SET(para los tarjeta habientes que cuenten con certificado digital) o SSL (para los tarjeta habientes que no tengan un certificado digital).Esta información deberá de estar diferenciada de las demás formas de pago que realicen otros medios de pago.

Descripción completa de los bienes y/o servicios ofrecidos en La web.

Políticas de devolución / reembolso.

Deberá indicarse explícitamente la moneda en la que se esta estableciendo la transacción.

Restricciones de exportación (de conocerse).

Localización geográfica del ESTABLECIMIENTO

Qué es SET

La especificación SET, Secure Electronic Transactions, en español, Transacción Electrónica Segura, está diseñada con el propósito de asegurar y autenticar la identidad de los participantes en las compras abonadas con tarjetas de pago en cualquier tipo de red en línea, incluyendo la Red Internet. SET fue desarrollada por Visa y otras compañías de medios de pago, con la participación de Microsoft, IBM, Netscape, SAIC, GTE, RSA, Terisa Systems, VeriSign y otras empresas líderes en tecnología. Al emplear sofisticadas técnicas criptográficas, SET convertirá el Ciberespacio en un lugar más seguro para efectuar negocios , y con su implementación se espera estimular la confianza del consumidor en el comercio electrónico.

Tipos de Transacciones autorizadas

Transacción segura de Comercio electrónico SET

Una transacción en ambiente electrónico que cumple con la especificación de transacción electrónica asegurada, posee un certificado digital para el comercio y otro para el tarjeta habiente.

Transacción con seguridad no autenticada

Una transacción comercial en ambiente electrónico que tiene algún nivel de seguridad (tal como cifrado de datos disponibles al mercado) o que cumplen con la especificación de transacción electrónica asegurada, pero que carece del certificado digital del tarjeta habiente.

De la entrega del bien o servicio

Se entiende que la entrega (abastecimiento) de la mercadería (bienes y/o servicios) en la dirección proporcionada por el tarjeta habiente VISA es de exclusiva responsabilidad del ESTABLECIMIENTO.

En caso exista un reclamo de un Tarjeta habiente VISA por no haber recibido la mercadería, entrega incompleta, entrega defectuosa, etc., no habiéndose producido la entrega del bien y/o servicio, EL ESTABLECIMIENTO deberá enviar una carta a VISANET solicitándole la anulación de la venta.

Para transacciones de comercio electrónico en la que las mercancía debe ser enviada, la fecha de envío de la mercancía se considerara la fecha de transacción.

Para la mercancía que va a ser embarcada, puede obtener Autorización cualquier día hasta 7 días calendarios antes de la fecha de transacción. La fecha de la transacción es la fecha en que la mercancía se embarca. Esta autorización es valida si el valor de la transacción esta dentro de un 10% del valor autorizado, siempre que la cantidad adicional represente los costos de embarque.

VISANET no posee registros del Tarjeta habiente VISA en sus archivos. Por tal motivo, la dirección proporcionada por el portador de la tarjeta no será convalidada en ningún momento por VISANET, motivo por el cual esta no tendrá ninguna responsabilidad en lo que se refiere a la entrega indebida.

VISANET recomienda el uso de un servicio de courier para la entrega de los bienes y/o servicios que ofrezca el ESTABLECIMIENTO. Dicho courier deberá contar con los requisitos mínimos necesarios

- Empresa de prestigio y con amplia experiencia.
- Que cuenten con servicio de entrega a escala nacional e Internacional.
- Que cuenten con sistemas de logística especializado.
- Que brinden servicio de inspección y seguimiento del bien.
- Que cuenten con un sistema administrativo que permita una información inmediata de la orden de entrega o recepción del bien.

EL ESTABLECIMIENTO podrá como máximo comprometer la entrega del bien o del servicio, máximo después de 07 días de haber recibido la aprobación de la compra del Tarjeta habiente VISA a través de Internet.

El abono al ESTABLECIMIENTO se realizara una vez que la mercadería se entregue a despacho para la entrega correspondiente al Tarjeta habiente VISA.

POLÍTICA DE EMISIÓN DEL CERTIFICADO DIGITAL

Términos y condiciones para obtener un certificado digital SET

El establecimiento afiliado a Visanet al iniciar su solicitud para adquirir un certificado digital SET a Visanet, necesariamente deberá haber firmado el addendum al contrato de afiliación, asimismo acuerda limitarse a los siguientes términos y condiciones para el uso del certificado SET :

- 1.- Este certificado digital SET emitido por Visanet, podrá ser utilizado únicamente para realizar transacciones electrónicas seguras, tal como lo define el addendum de comercio electrónico al contrato de afiliación que su establecimiento ha firmado y ha sido aceptado por Visanet.
- 2.- Por el presente el establecimiento acepta la divulgación de la información emitida en su solicitud para la obtención de su certificado digital SET a todas las partes que requieran dicha información para procesar su solicitud.
- 3.- El establecimiento podrá utilizar únicamente su certificado digital SET para realizar transacciones con tarjeta Visa, no puede utilizar su certificado digital SET, aplicables o informaciones relacionadas a estos (criptografía, por ejemplo) para cualquier otro fin que no se relacione con transacciones con tarjetas Visa.
- 4.- El tiempo de duración de un certificado digital SET es de 01 año calendario a partir de la fecha de emisión del mismo, revocable a petición de parte.

5.- El establecimiento deberá tener el máximo cuidado en la creación, resguardo, manipulación y mantenimiento de su certificado digital SET. El establecimiento deberá utilizar una contraseña secreta, de su exclusivo conocimiento, para cuando necesite obtener acceso a su certificado digital SET, y/o firmar digitalmente cualquier información relacionada al certificado digital SET. El establecimiento escogerá una contraseña que no sea obvia, que contenga letras y números. En caso no se mantenga el secreto o se altere esta contraseña y se haga posible el uso indebido del certificado digital SET, el establecimiento debe notificar inmediatamente a Visanet.

6.- El establecimiento usará su certificado digital SET solamente con programas compatibles con el mismo. Tales programas siempre estarán identificados con la marca SET.

7.- Visanet puede con absoluta discreción, aprobar o rechazar su solicitud para obtener su certificado digital SET o para reemplazar dicho certificado. Visanet emitirá una factura al establecimiento, conteniendo el costo de la emisión del certificado digital SET. El costo del certificado digital SET se incluyen en el addendum al contrato.

8.- El término o cancelación de su contrato de afiliación, automáticamente cancelara su certificado digital SET.

9.- Visanet puede cancelar el certificado digital SET en caso de que haya algún tipo de violación de uno de los términos y/o condiciones contenidos en el presente documento, en el contrato de afiliación o en el addendum a este referente al comercio electrónico, incluyendo el uso impropio del certificado digital SET o la sospecha que involucre la seguridad en la transacción.

10.- Por el presente el establecimiento renuncia a cualquier derecho de demanda judicial o no judicial en contra de Visanet por cualquier gasto o compensación, perdida o daño que surja de su participación en el comercio electrónico seguro, incluyendo sin ningún limite cualquier incumplimiento de la seguridad, integridad o mal funcionamiento de su software o certificado digital SET.

11.- Los presentes términos y condiciones no deben, por ningún motivo, ser interpretados como revocación, alteración, o agregado de las cláusulas u obligaciones contenidas en el presente contrato de afiliación del establecimiento y/o del anexo de este, relacionado a las transacciones del comercio electrónico seguro Visa - Vsec.

12.- El establecimiento se obliga a mantener en el más absoluto secreto las informaciones relacionadas a las transacciones con tarjetas Visa, así como aquellas relacionadas con el portador de la tarjeta, sin vincular ni hacer disponibles estas informaciones a terceros, sin la previa y formal autorización de Visanet.

13.- El establecimiento debe garantizar la entrega de la mercadería en la dirección proporcionada por el cliente, dentro de los plazos pactados. Visanet no tendrá ninguna responsabilidad por la falta de entrega de la mercadería.

14.- En caso exista alguna modificación en la operativa de atención y distribución del establecimiento, este se hace responsable de la comunicación inmediata a Visanet.

¿Que necesito para realizar comercio electrónico seguro?

Evaluar la organización actual que tiene su empresa y adecuarla a una estructura que le permita competir a nivel global. Tendrá que redefinir los perfiles y roles de cada área de su empresa.

Tendrá que generar cambios estructurales que les permitan convertirlos en procesos mas productivos, para lograr ventajas competitivas en costos y servicios con valores agregados a su publico objetivo.

Desde el punto de vista de sistemas deberá de contar con una plataforma tecnológica (hardware) que le permita procesar transacciones de Comercio Electrónico Seguro, poder cargar el software SET, y que estos sean interoperables con los demás componentes SET. En el mercado existen empresas que brindan esta alternativa para empresas que no desean realizar inversiones muy altas o porque el tamaño de sus páginas y productos no lo justifica.

El comercio virtual comparado con el comercio físico tiene ventajas , tanto la inversión inicial como los gastos de operación de una tienda virtual son inferiores a los de una tienda del mundo físico . Los especialistas esperan que con el tiempo los costos de un negocio físico sigan incrementándose y los de un comercio electrónico bajen más . El mercado puede ser una desventaja del comercio electrónico en el mundo físico cualquiera puede llegar a una tienda en el mundo virtual sólo los que tienen conexión a Internet pueden comprar. En conclusión se puede decir que para el Comercio Electrónico es menor el mercado local pero mayor el foráneo y para el físico a la inversa. Esta diferencia de mercado trae consigo que el potencial de ventas de una tienda física este limitado por factores geográficos, mientras el de un comercio virtual es ilimitado. Para hacer Comercio Electrónico se requiere todo el conocimiento de un negocio tradicional más algo de conocimiento sobre el mundo del comercio electrónico.

ANEXO IV

COMUNIDAD ANDINA RESOLUCION 449 - 447
NORMA SANITARIA ANDINA PARA LAS IMPORTACIONES DE ANIMALES,
PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS PECUARIOS PROVENIENTES DE
TERCEROS PAÍSES

LA JUNTA DEL ACUERDO DE CARTAGENA,

VISTOS: El Artículo 70 del Acuerdo y los artículos 2 literal f) y 16 de la Decisión 328 de la Comisión;

CONSIDERANDO: Que las medidas zoonosanitarias aplicadas al comercio internacional de animales, productos y subproductos pecuarios son necesarias para prevenir la diseminación de plagas y enfermedades que afectan a la salud de los animales, de las personas, y a la economía de los Países Miembros, sin que tales medidas se constituyan en restricciones encubiertas al comercio;

Que la armonización de requisitos zoonosanitarios es indispensable para facilitar la conformación de una Zona de Libre Comercio y para la aplicación de los principios sanitarios de la Organización Mundial de Comercio en las transacciones comerciales provenientes de terceros países hacia la Comunidad Andina;

Que en la Decimoséptima Reunión del Comité Técnico Andino de Sanidad Agropecuaria, Grupo Sanidad Animal, efectuada en noviembre de 1996, se recomendó a la Junta la adopción de la presente Norma Comunitaria Andina;

RESUELVE:

Artículo 1.- Adoptar para las importaciones de animales, productos y subproductos pecuarios, provenientes de terceros países hacia la Subregión Andina, los requisitos zoonosanitarios específicos que constan en el Anexo de la presente Resolución.

Artículo 2.- El Anexo de la presente Resolución podrá ser modificado o ampliado por Resolución de la Junta previo concepto del COTASA, para incluir nuevas especies animales, productos y subproductos pecuarios, o para adecuar los requisitos a los cambios que ocurran en la situación zoonosanitaria internacional y a los avances científicos y tecnológicos que se desarrollen para el control y prevención de las plagas y enfermedades existentes.

Artículo 3.- En cumplimiento del artículo 13 de la Decisión 9 de la Comisión, comuníquese a los Países Miembros la presente Resolución, la cual entrará en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena. Las autoridades nacionales competentes de los Países Miembros dispondrán de un plazo de sesenta días contados a partir de la entrada en vigencia, para adoptar las medidas que sean necesarias para asegurar la plena aplicación de la presente Resolución.

Dada en la ciudad de Lima, Perú, a los veintitrés días del mes de enero de mil novecientos noventa y siete.

JAIME CORDOBA ZULOAGA RODRIGO ARCAYA SMITH BRUNO FAIDUTTI NAVARRETE

CONTENIDO

CAPITULO I OBJETIVO 7

CAPITULO II ALCANCES Y CONTENIDO 7

CAPITULO III ENTIDADES OFICIALES RESPONSABLES 8

CAPITULO IV CODIGOS Y LISTA DE ANIMALES, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE ORIGEN PECUARIO 9

CAPITULO V REQUISITOS ZOOSANITARIOS PARA LOS ANIMALES 17

CAPITULO VI REQUISITOS ZOOSANITARIOS PARA LOS PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS 55

CAPITULO VII REQUISITOS ADICIONALES RECOMENDADOS PARA ANIMALES VIVOS 107

NORMA ANDINA SOBRE LOS REQUISITOS ZOOSANITARIOS PARA LAS IMPORTACIONES DE ANIMALES, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE ORIGEN PECUARIO, PROVENIENTES DE TERCEROS PAISES

CAPITULO I

OBJETIVO

Establecer requisitos zoosanitarios armónicos para facilitar las importaciones de animales, productos y subproductos de origen pecuario provenientes de terceros países, para minimizar el riesgo de diseminación de plagas y enfermedades sin que el aspecto sanitario se constituya en una barrera encubierta al comercio.

CAPITULO II

ALCANCES Y CONTENIDO

La presente Norma Andina se adopta en conformidad con lo previsto en la Decisión 328 de la Comisión, que actualiza el Sistema Andino de Sanidad Agropecuaria a los avances del Proceso de Integración Subregional.

Esta Norma considera requisitos y procedimientos técnicos de carácter zoonosanitario que las autoridades de Sanidad Animal y el sector privado de los Países Miembros deben cumplir, para facilitar y agilizar las importaciones y tránsito de animales, productos y subproductos pecuarios desde terceros países, seleccionando de éstos los requisitos que serán exigibles según la situación zoonosanitaria prevaleciente en cada uno de los terceros países exportadores, con los cuales mantienen vínculos de comercio.

En la primera parte de la Norma se presenta la lista de las diferentes especies animales así como de los productos y subproductos pecuarios de mayores posibilidades de comercio procedentes de terceros países a la Subregión Andina.

En esta lista se han utilizado Códigos donde los cuatro primeros dígitos corresponden a la NANDINA, Nomenclatura Arancelaria basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías de uso mundial. Adicionalmente se han considerado letras para llegar a una mayor especificidad que responda a razones zoonosanitarias.

En lo relacionado con los animales, se señalan las pruebas diagnósticas, tratamientos, incluyendo vacunaciones y desparasitaciones, cuando fueren del caso y el reconocimiento clínico o de inspección u otras medidas zoonosanitarias a que fueron sometidos los animales antes del embarque.

Para los productos y subproductos, además de los requisitos del lugar de origen, se establecen las condiciones bajo las que se deben elaborar desde el punto de vista zoonosanitario.

Cabe señalar que la Norma Andina recoge en los requisitos establecidos los principios del Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC tales como los de transparencia, equivalencia, armonización, reconocimiento de áreas libres y análisis de riesgos, principalmente.

Además de los requisitos señalados para ser cumplidos por el país de origen respecto al comercio de los animales, productos y subproductos, se especifican algunos requisitos complementarios para los insumos y medios de transporte que signifiquen riesgo.

CAPITULO III

ENTIDADES OFICIALES RESPONSABLES

El Ministerio de Agricultura de cada País Miembro, a través de las Autoridades de Sanidad Animal, es el encargado de hacer cumplir los requisitos zoonosanitarios de la presente Norma Andina.

Los Comités Técnicos Nacionales, presididos por el responsable de la Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura, promoverán a nivel nacional el desarrollo de una política integral zoonosanitaria, y vigilarán que se cumplan los requisitos y procedimientos establecidos en esta Norma Andina.

El Comité Técnico Andino de Sanidad Agropecuaria, a través de su Secretaría Técnica, será el responsable de difundir, evaluar y supervisar el cumplimiento de esta Norma Andina, a nivel Subregional.

CAPITULO IV

CODIGOS Y LISTA DE ANIMALES, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE ORIGEN PECUARIO

CODIGO NOMBRE

01 ANIMALES VIVOS

01.01 CABALLOS, ASNOS, MULOS Y BURDEGANOS VIVOS

01.01 A EQUINOS PARA COMPETENCIA O DEPORTE

01.01 B EQUINOS PARA EXPOSICION O FERIAS

01.01 C EQUINOS PARA MATANZA

01.01 D EQUINOS PARA REPRODUCCION

01.01 E EQUINOS PARA TRABAJO

01.02 ANIMALES VIVOS DE LA ESPECIE BOVINA

(Nota: Incluso del género búfalo)

01.02 A BOVINOS PARA ENGORDE O CEBA

01.02 B BOVINOS PARA ESPECTACULO (LIDIA A MUERTE)

01.02 C BOVINOS PARA EXPOSICION O FERIAS

01.02 D BOVINOS PARA MATANZA (MACHOS)

01.02 E BOVINOS PARA REPRODUCCION

01.03 ANIMALES VIVOS DE LA ESPECIE PORCINA

01.03 A PORCINOS PARA REPRODUCCION, EXPOSICION O FERIAS, PROCEDENTES DE ESPAÑA

01.03 B PORCINOS PARA ENGORDE O CEBA

01.03 C PORCINOS PARA MATANZA

01.03 D PORCINOS PARA EXPOSICION O FERIAS, DE TERCEROS PAISES

01.03 E PORCINOS PARA REPRODUCCION, DE TERCEROS PAISES

01.04 ANIMALES VIVOS DE LAS ESPECIES OVINA O CAPRINA

01.04 A OVINOS O CAPRINOS PARA ENGORDE O CEBA

01.04 B OVINOS O CAPRINOS PARA EXPOSICION O FERIAS

01.04 C OVINOS O CAPRINOS PARA MATANZA

01.04 D OVINOS O CAPRINOS PARA REPRODUCCION

01.05 GALLOS, GALLINAS, PATOS, GANSOS, PAVOS Y PINTADAS DE LAS ESPECIES DOMESTICAS, VIVOS

01.05 A AVES DE COMBATE O DE PELEA (PARA CRIA Y DE TORNEO)

01.05 D PATOS Y GANSOS (RECIEN NACIDOS)

01.05 E PAVOS (RECIEN NACIDOS)

01.05 G POLLITOS Y POLLITAS DE GUINEA O PINTADAS (RECIEN NACIDOS)

01.05 H POLLITOS Y POLLITAS (RECIEN NACIDOS)

01.06 LOS DEMAS ANIMALES VIVOS

01.06 A ABEJAS

01.06 F ANIMALES DE COMPAÑIA (Gatos)

01.06 G ANIMALES DE COMPAÑIA (Perros)

01.06 L AVES DE ORNATO Y CANORAS

01.06 N COBAYOS (CUYES O CURIÉS)

01.06 Ñ CODORNICES (RECIEN NACIDAS)

01.06 O CONEJOS Y LIEBRES

01.06 T PALOMAS, INCLUSO MENSAJERAS

02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES

02.01 CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, FRESCA O REFRIGERADA

(Nota: Incluso la del género búfalo)

02.01 A CANALES O MEDIAS CANALES DE LA ESPECIE BOVINA, FRESCAS O REFRIGERADAS

02.01 B CARNE DESHUESADA DE LA ESPECIE BOVINA, FRESCA O REFRIGERADA

02.01 C CARNE EN CORTES DE LA ESPECIE BOVINA, FRESCA O REFRIGERADA

02.02 CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA

(Nota: incluso la del género búfalo)

02.02 A CANALES O MEDIAS CANALES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADAS

02.02 B CARNE DESHUESADA DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA

02.02 C CARNE EN CORTES DE LA ESPECIE BOVINA, CONGELADA

02.03 CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE PORCINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.03 A CARNE DESHUESADA DE LA ESPECIE PORCINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA, PROCEDENTES DE ESPAÑA

02.03 B CARNE DESHUESADA DE LA ESPECIE PORCINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA, DE TERCEROS PAISES

02.03 C CANALES O MEDIAS CANALES DE LA ESPECIE PORCINA, FRESCAS, REFRIGERADAS O CONGELADAS

02.03 D CARNE EN CORTES DE LA ESPECIE PORCINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA, INCLUSO PIERNAS Y PALETAS

02.04 CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES OVINA O CAPRINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.04 A CANALES O MEDIAS CANALES DE LA ESPECIE CAPRINA, FRESCAS, REFRIGERADAS O CONGELADAS

02.04 B CARNE DESHUESADA DE LA ESPECIE CAPRINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.04 C CARNE EN CORTES DE LA ESPECIE CAPRINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.04 D CANALES O MEDIAS CANALES DE LA ESPECIE OVINA, FRESCAS, REFRIGERADAS O CONGELADAS

02.04 E CARNE DESHUESADA DE LA ESPECIE OVINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.04 F CARNE EN CORTES DE LA ESPECIE OVINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.05 CARNE DE ANIMALES DE LAS ESPECIES CABALLAR, ASNAL O MULAR, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.05 A CANALES O MEDIAS CANALES DE LAS ESPECIES CABALLAR, ASNAL O MULAR, FRESCAS, REFRIGERADAS O CONGELADAS

02.05 B CARNE DESHUESADA DE LAS ESPECIES CABALLAR, ASNAL O MULAR, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.05 C CARNE EN CORTES DE LAS ESPECIES CABALLAR, ASNAL O MULAR, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA

02.06 DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA, PORCINA, OVINA, CAPRINA, CABALLAR, ASNAL O MULAR, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.06 A DESPOJOS COMESTIBLES DE LA ESPECIE BOVINA, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.06 B DESPOJOS COMESTIBLES DE LAS ESPECIES CABALLAR, ASNAL O MULAR, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.06 C DESPOJOS COMESTIBLES DE LA ESPECIE CAPRINA, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.06 D DESPOJOS COMESTIBLES DE LA ESPECIE OVINA, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.06 E DESPOJOS COMESTIBLES DE LA ESPECIE PORCINA, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.07 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES DE AVES DE LA PARTIDA 01.05, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.07 A GALLINAS O POLLOS ENTEROS O TROCEADOS, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.07 B GALLINA, POLLO O PAVO MECANICAMENTE DESHUESADOS

02.07 C HIGADOS O DESPOJOS COMESTIBLES DE AVES, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.07 D PATOS O GANSOS ENTEROS O TROCEADOS, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.07 E PAVOS ENTEROS O TROCEADOS, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.08 LAS DEMAS CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.08 D CARNES O DESPOJOS COMESTIBLES DE CONEJO O DE LIEBRE, FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS

02.09 TOCINO SIN PARTES MAGRAS Y GRASAS SIN FUNDIR, DE CERDO O DE AVE, FRESCOS, REFRIGERADOS, CONGELADOS, SALADOS O EN SALMUERA, SECOS O AHUMADOS

02.09 A GRASA SIN FUNDIR DE AVE, FRESCA, REFRIGERADA, CONGELADA, SALADA O EN SALMUERA, SECA O AHUMADA

02.09 B TOCINO SIN PARTES MAGRAS O GRASA SIN FUNDIR DE CERDO, FRESCO, REFRIGERADO, CONGELADO, SALADO O EN SALMUERA, SECO O AHUMADO

02.10 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES, SALADOS O EN SALMUERA, SECOS O AHUMADOS; HARINA Y POLVO COMESTIBLES, DE CARNE O DE DESPOJOS

02.10 H GALLINA, POLLO O PAVO, AHUMADOS

02.10 I GALLINA, POLLO O PAVO, SALADOS

02.10 J GALLINA, POLLO O PAVO, EN SALMUERA

02.10 K CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES (PIERNA, PALETAS Y TROZOS DESHUESADOS) DE PORCINO

02.10 L PIERNA, PALETAS Y TROZOS SIN DESHUESAR DE PORCINO

02.10 M TOCINO ENTREVERADO (PANCETA) Y SUS TROZOS

04 LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS; HUEVOS DE AVES; MIEL NATURAL, PRODUCTOS COMESTIBLES DE ORIGEN ANIMAL NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE

04.01 LECHE Y NATA (CREMA), SIN ADICION DE AZUCAR NI OTRO EDULCORANTE

04.02 LECHE Y NATA (CREMA), CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE

04.02 A LECHE CONDENSADA

04.02 B LECHE EN POLVO

04.02 C LECHE EVAPORADA

04.03 SUERO DE MANTEQUILLA (DE MANTECA), LECHE Y NATA (CREMA), CUAJADAS, YOGURT, KEFIR Y DEMAS LECHE Y NATAS (CREMAS), FERMENTADAS O ACIDIFICADAS, INCLUSO CONCENTRADOS, CON ADICION

DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE, AROMATIZADOS O CON FRUTOS O CACAO

04.04 LACTOSUERO, INCLUSO CONCENTRADO, CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE; PRODUCTOS CONSTITUIDOS POR LOS COMPONENTES NATURALES DE LA LECHE, INCLUSO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE

04.05 MANTEQUILLA (MANTECA) Y DEMAS MATERIAS GRASAS DE LA LECHE

04.05 A GRASA ANHIDRA DE LECHE

04.05 B MANTEQUILLA

04.06 QUESOS Y REQUESON

04.06 A QUESOS FRESCOS (INCLUIDOS LOS DE LACTOSUERO)

04.06 B QUESOS FUNDIDOS

04.06 C QUESOS MADURADOS

04.07 HUEVOS DE AVE CON CASCARA (CASCARON), FRESCOS, CONSERVADOS O COCIDOS

04.07 A HUEVOS FRESCOS PARA CONSUMO

04.07 B HUEVOS FERTILES O EMBRIONADOS

04.07 C HUEVOS LIBRES DE PATOGENOS ESPECIFICOS

04.09 MIEL NATURAL

05 LOS DEMAS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE

05.02 CERDAS DE CERDO O DE JABALI; PELO DE TEJON Y DEMAS PELOS DE CEPILLERIA; DESPERDICIOS DE DICHAS CERDAS O PELOS

05.03 CRIN Y SUS DESPERDICIOS, INCLUSO EN CAPAS, CON SOPORTE O SIN EL

05.04 TRIPAS, VEJIGAS Y ESTOMAGOS DE ANIMALES, EXCEPTO LOS DE PESCADO, ENTEROS O EN TROZOS

05.07 MARFIL, CONCHA DE TORTUGA, BALLENAS DE MAMIFEROS MARINOS (INCLUIDAS LAS BARBAS), CUERNOS, ASTAS, CASCOS, PEZUÑAS, UÑAS, GARRAS Y PICOS, EN BRUTO O SIMPLEMENTE PREPARADOS, PERO SIN CORTAR EN FORMA DETERMINADA; POLVO Y DESPERDICIOS DE ESTAS MATERIAS

05.07 A CASCOS EN BRUTO O SIMPLEMENTE PREPARADOS, PERO SIN CORTAR EN FORMA DETERMINADA; POLVO Y DESPERDICIOS DE ESTA MATERIA, CUANDO PROCEDAN DE LAS ESPECIES CABALLAR, ASNAL O MULAR

05.07 B CUERNOS, ASTAS, PEZUÑAS EN BRUTO O SIMPLEMENTE PREPARADOS, PERO SIN CORTAR EN FORMA DETERMINADA; POLVO Y DESPERDICIOS DE ESTA MATERIA, CUANDO PROCEDAN DE LAS ESPECIES BOVINA, CAPRINA, OVINA Y PORCINA

05.07 C UÑAS, GARRAS Y PICOS EN BRUTO O SIMPLEMENTE PREPARADOS, PERO SIN CORTAR EN FORMA DETERMINADA; POLVO Y DESPERDICIOS DE ESTA MATERIA, CUANDO PROCEDAN DE LAS ESPECIES AVIARES

05.10 AMBAR GRIS, CASTOREO, ALGALIA Y ALMIZCLE; CANTARIDAS; BILIS INCLUSO DESECADA; GLANDULAS Y DEMAS SUSTANCIAS DE ORIGEN ANIMAL UTILIZADAS PARA LA PREPARACION DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, FRESCAS, REFRIGERADAS, CONGELADAS O CONSERVADAS PROVISIONALMENTE DE OTRA FORMA

05.10 A LOS PRODUCTOS SEÑALADOS EN LA PARTIDA 05.10, CUANDO PROCEDAN DE LAS ESPECIES AVIARES

05.10 B LOS PRODUCTOS SEÑALADOS EN LA PARTIDA 05.10, CUANDO PROCEDAN DE LAS ESPECIES BOVINA (INCLUSO DEL GENERO BUFALO), CAPRINA Y OVINA

05.10 C LOS PRODUCTOS SEÑALADOS EN LA PARTIDA 05.10, CUANDO PROCEDAN DE LAS ESPECIES CABALLAR, ASNAL O MULAR

05.10 D LOS PRODUCTOS SEÑALADOS EN LA PARTIDA 05.10, CUANDO PROCEDAN DE LA ESPECIE PORCINA

05.11 PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE; ANIMALES MUERTOS DE LOS CODIGOS 01 ó 03 IMPROPIOS PARA LA ALIMENTACION HUMANA

05.11 A SEMEN DE BOVINO

05.11 B SEMEN DE CAPRINO

05.11 D SEMEN DE OVINO

05.11 E SEMEN DE PORCINO

05.11 G EMBRIONES DE BOVINO

05.11 K EMBRIONES DE PORCINO

16 PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O DE CRUSTACEOS, MOLUSCOS O DEMAS INVERTEBRADOS ACUATICOS

16.01 EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES, DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS

16.01 A EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE QUE PROCEDAN DE LA ESPECIE PORCINA (DE CERDO Y NO DE JABALI), CRUDOS, MADURADOS O SECOS, PROCEDENTES DE ESPAÑA

16.01 B EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE QUE PROCEDAN DE LA ESPECIE PORCINA (DE CERDO Y NO DE JABALI), COCIDOS PARCIALMENTE (ESCALDADOS), PROCEDENTES DE ESPAÑA

16.01 C EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE QUE PROCEDAN DE LA ESPECIE PORCINA (DE CERDO Y NO DE JABALI), COCIDOS, PROCEDENTES DE ESPAÑA

16.01 D EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE QUE PROCEDAN DE LA ESPECIE PORCINA (DE CERDO Y NO DE JABALI), CRUDOS, MADURADOS O SECOS, DE TERCEROS PAISES

16.01 E EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE QUE PROCEDAN DE LA ESPECIE PORCINA (DE CERDO Y NO DE JABALI), COCIDOS PARCIALMENTE (ESCALDADOS), DE TERCEROS PAISES

16.01 F EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE QUE PROCEDAN DE LA ESPECIE PORCINA (DE CERDO Y NO DE JABALI), COCIDOS, DE TERCEROS PAISES

16.01 G EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS, CUANDO PROCEDAN DE LAS ESPECIES AVIARES

16.01 H EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS, CUANDO PROCEDAN DE LA ESPECIE BOVINA, INCLUSO DEL GENERO BUFALO

16.01 I EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS, CUANDO PROCEDAN DE CAMELIDOS SUDAMERICANOS DOMESTICOS (ALPACA Y LLAMA)

16.01 J EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS, CUANDO PROCEDAN DE LAS ESPECIES CABALLAR, ASNAL O MULAR

16.01 K EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS A BASE DE ESTOS PRODUCTOS, CUANDO PROCEDAN DE LAS ESPECIES CAPRINA U OVINA

16.02 LAS DEMAS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE CARNE, DESPOJOS O SANGRE

16.02 A JAMON SERRANO DESHUESADO DE CERDO PROCEDENTE DE ESPAÑA

16.02 B JAMON IBERICO DESHUESADO DE CERDO PROCEDENTE DE ESPAÑA

16.02 C LOMO DE CERDO PROCEDENTE DE ESPAÑA

16.02 D JAMONES MADURADOS PROCEDENTES DE TERCEROS PAISES

16.02 E JAMONES COCIDOS PARCIALMENTE (ESCALDADOS) PROCEDENTES DE TERCEROS PAISES

16.02 F JAMONES COCIDOS PROCEDENTES DE TERCEROS PAISES

16.02 G GALLINA, POLLO O PAVO, ADOBADOS

16.02 H GALLINA, POLLO O PAVO, CONDIMENTADOS

16.02 I GALLINA, POLLO O PAVO, MARINADOS

23 RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS: ALIMENTOS PREPARADOS PARA ANIMALES

23.01 HARINA, POLVO Y "PELLETS", DE CARNE, DESPOJOS, PESCADO O DE CRUSTACEOS, MOLUSCOS O DEMAS INVERTEBRADOS ACUATICOS, IMPROPIOS PARA LA ALIMENTACION HUMANA; CHICHARRONES

23.01 A HARINAS DE CARNE, HUESO, PLUMAS Y/O SANGRE

41 PIELS (EXCEPTO LA PELETERIA) Y CUEROS

41.01 CUEROS O PIELS EN BRUTO, DE BOVINO O DE EQUINO (FRESCOS O SALADOS, SECOS, ENCALADOS, PIQUELADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO, PERO SIN CURTIR, APERGAMINAR NI PREPARAR DE OTRA FORMA), INCLUSO DEPILADOS O DIVIDIDOS

41.01 A CUEROS O PIELS EN BRUTO DE BOVINO (FRESCOS, SALADOS, SECOS O ENCALADOS)

41.01 B CUEROS O PIELS EN BRUTO DE EQUINO (FRESCOS, SALADOS, SECOS O ENCALADOS)

41.01 C CUEROS O PIELS DE BOVINO O DE EQUINO PIQUELADOS AL CROMO, AL AZUL (WET BLUE O CRUST)

41.02 CUEROS O PIELS EN BRUTO DE OVINO (FRESCOS O SALADOS, SECOS, ENCALADOS, PIQUELADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO,

PERO SIN CURTIR, APERGAMINAR NI PREPARAR DE OTRA FORMA),
INCLUSO DEPILADOS O DIVIDIDOS

41.02 A CUEROS O PIELES EN BRUTO DE OVINO (FRESCOS, SALADOS, SECOS O ENCALADOS)

41.02 B CUEROS O PIELES DE OVINO PIQUELADOS AL CROMO, AL AZUL (WET BLUE O CRUST)

41.03 LOS DEMAS CUEROS O PIELES EN BRUTO (FRESCOS O SALADOS, SECOS, ENCALADOS, PIQUELADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO, PERO SIN CURTIR, APERGAMINAR NI PREPARAR DE OTRA FORMA), INCLUSO DEPILADOS O DIVIDIDOS

41.03 A CUEROS O PIELES EN BRUTO DE CAMELIDOS SUDAMERICANOS (ALPACA, LLAMA), (FRESCOS, SALADOS, SECOS O ENCALADOS)

41.03 B CUEROS O PIELES DE CAMELIDOS SUDAMERICANOS (ALPACA, LLAMA), PIQUELADOS AL CROMO, AL AZUL (WET BLUE O CRUST)

41.03 C CUEROS O PIELES EN BRUTO DE CAPRINO (FRESCOS, SALADOS, SECOS O ENCALADOS)

41.03 D CUEROS O PIELES DE CAPRINO PIQUELADOS AL CROMO, AL AZUL (WET BLUE O CRUST)

41.03 E CUEROS O PIELES EN BRUTO DE CONEJO O DE LIEBRE (FRESCOS, SALADOS, SECOS O ENCALADOS)

41.03 F CUEROS O PIELES DE CONEJO O DE LIEBRE PIQUELADOS AL CROMO, AL AZUL (WET BLUE O CRUST)

41.03 G CUEROS O PIELES EN BRUTO DE PORCINO (FRESCOS, SALADOS, SECOS O ENCALADOS)

41.03 H CUEROS O PIELES DE PORCINO PIQUELADOS AL CROMO, AL AZUL (WET BLUE O CRUST)

41.03 I TROFEOS DE CAZA (PIELES)

41.04 CUEROS Y PIELES DE BOVINO O DE EQUINO, DEPILADOS, PREPARADOS, EXCEPTO DE LAS PARTIDAS 41.08 ó 41.09

41.05 CUEROS Y PIELES DE OVINO, DEPILADOS, PREPARADOS, EXCEPTO LOS DE LAS PARTIDAS 41.08 ó 41.09

41.06 CUEROS Y PIELES DE CAPRINO, DEPILADOS, PREPARADOS, EXCEPTO LOS DE LAS PARTIDAS 41.08 ó 41.09

41.07 CUEROS Y PIELES DEPILADOS DE LOS DEMAS ANIMALES Y PIELES DE ANIMALES SIN PELO, PREPARADOS, EXCEPTO LOS DE LAS PARTIDAS 41.08 ó 41.09

41.08 CUEROS Y PIELES AGAMUZADOS (INCLUIDO EL AGAMUZADO COMBINADO AL ACEITE)

41.09 CUEROS Y PIELES BARNIZADOS O REVESTIDOS; CUEROS Y PIELES METALIZADOS

41.10 RECORTES Y DEMAS DESPERDICIOS, DE CUERO O PIEL, PREPARADOS, O DE CUERO REGENERADO, INUTILIZABLES PARA LA FABRICACION DE MANUFACTURAS DE CUERO; ASERRIN, POLVO Y HARINA DE CUERO

41.11 CUERO REGENERADO A BASE DE CUERO O DE FIBRAS DE CUERO, EN PLACAS, HOJAS O BANDAS, INCLUSO ENROLLADAS

51 LANA Y PELO FINO U ORDINARIO; HILADOS Y TEJIDOS DE CRIN

51.01 LANA SIN CARDAR NI PEINAR

51.01 A LANA DE OVINO EN BRUTO (GRASIENTA)

51.01 B LANA DE OVINO LAVADA Y DESGRASADA

51.02 PELO FINO U ORDINARIO, SIN CARDAR NI PEINAR

51.02 A PELO (FIBRA) DE ALPACA EN BRUTO (GRASIENTO)

51.02 B PELO (FIBRA) DE ALPACA LAVADO Y DESGRASADO

51.02 D PELO (FIBRA) DE LLAMA EN BRUTO (GRASIENTO)

51.02 E PELO (FIBRA) DE LLAMA LAVADO Y DESGRASADO

Código

01.01 A EQUINOS PARA COMPETENCIA O DEPORTE

01.01 B EQUINOS PARA EXPOSICION O FERIAS

01.01 D EQUINOS PARA REPRODUCCION

01.01 E EQUINOS PARA TRABAJO

Código

01.06 CODORNICES (RECIEN NACIDAS)

El ave o las aves estarán amparadas con un certificado zoosanitario, expedido por la Autoridad Oficial de Sanidad Animal del país exportador, en el que conste el cumplimiento de los siguientes requisitos:

Que:

1. Proceden de aves criadas en el país exportador, y de la granja o de las granjas cuyo nombre y ubicación se indican.
2. El criadero o los criaderos de origen y los situados en un radio de cuando menos 6 km no han estado bajo cuarentena oficial, en el año previo a la fecha de embarque.
3. El ave o las aves proceden de un país libre de INFLUENZA AVIAR ALTAMENTE PATOGENA y de la ENFERMEDAD DE NEWCASTLE VELOGENICA VISCEROTROPICA o de zonas o áreas que por análisis de riesgo han sido reconocidas por el País Miembro importador como aptas para llevar a cabo la importación.
4. La granja o las granjas de origen de las aves están libres de SALMONELOSIS (Paratifoidea), PULOROSIS (Salmonella pullorum), TIFOSIS AVIAR (Salmonella gallinarum), MICOPLASMOSIS (Mycoplasma gallisepticum y Mycoplasma sinoviae).
5. En la granja o granjas de origen de las aves así como en las que están situadas en un radio de cuando menos 6 km, en el año previo a la fecha de embarque, no han ocurrido brotes de:
 - BRONQUITIS DE LA CODORNIZ
 - CLOSTRIDIOSIS
 - MICOPLASMOSIS (Mycoplasma gallisepticum y Mycoplasma sinoviae)
 - SALMONELOSIS (Paratifoidea)
 - TIFOSIS AVIAR (Salmonella gallinarum)
 - PULOROSIS (Salmonella pullorum)
6. Las cajas y embalajes utilizados para el transporte de las aves son nuevos y no han estado expuestos a contaminación por agentes infecciosos.
7. El vehículo o vehículos de transporte desde la granja de origen al lugar de embarque, fueron lavados y desinfectados previamente al embarque de los animales utilizando productos autorizados por el país exportador.

Código

04.07 B HUEVOS FERTILES O EMBRIONADOS

Los huevos fértiles o embrionados estarán amparados por un certificado zoonosanitario, expedido por la Autoridad Oficial de Sanidad Animal del país exportador, en el que conste el cumplimiento de los siguientes requisitos:

Que:

1. Proceden de aves nacidas o criadas en el país exportador.
2. La granja o granjas de origen de los huevos mantienen un programa de control zoonosanitario bajo supervisión oficial.

3. El ave o las aves proceden de un país libre de INFLUENZA AVIAR ALTAMENTE PATOGENA y de la ENFERMEDAD DE NEWCASTLE VELOGENICA VISCEROTROPICA o de zonas o áreas que por análisis de riesgo fueron reconocidas por el País Miembro importador como aptas para llevar a cabo la importación.

4. La granja o granjas de origen de las aves productoras de los huevos, así como las que están situadas en un radio de cuando menos 6 km, no han estado sujetas, en el año previo a la fecha de embarque, a cuarentena oficial.

5. En el año previo a la fecha de embarque, el plantel o los planteles de origen de la aves de donde provienen los huevos y los planteles que se encuentren en un radio de cuando menos 6 km no han tenido un brote de:

- BRONQUITIS INFECCIOSA

- HEPATITIS CON CUERPOS DE INCLUSION

- LARINGOTRAQUEITIS INFECCIOSA AVIAR

ENFERMEDADES NEOPLASICAS (Reticuloendoteliosis, Enfermedad linfoproliferativa y Leucosis)

- SALMONELOSIS (Paratifoidea)

- TENOSINOVITIS (Artritis viral)

- TIFOSIS AVIAR (Salmonella gallinarum)

- PULOROSIS (Salmonella pullorum)

- SINDROME DE BAJA DE LA POSTURA (EDS 76)

- ENCEFALOMIELITIS AVIAR

- MICOPLASMOSIS (Mycoplasma gallisepticum y Mycoplasma sinoviae)

- ANEMIA INFECCIOSA AVIAR

6. Los huevos fértiles o embrionados provienen de granjas libres de MICOPLASMOSIS (Mycoplasma gallisepticum y Mycoplasma sinoviae),

PULOROSIS (Salmonella pullorum) y TIFOSIS (Salmonella gallinarum), Salmonella enteritides Fago 4.

7. En el plantel o los planteles de donde proceden los huevos se realizan programas de diagnóstico bajo supervisión oficial para descartar la presencia de **TENOSINOVITIS INFECCIOSA (Artritis Viral), ENCEFALOMIELITIS AVIAR, ENFERMEDAD INFECCIOSA DE LA BURSA (Enfermedad de Gumboro), ENFERMEDAD DE NEWCASTLE VELOGENICA VISCEROTROPICA, LARINGOTRAQUEITIS INFECCIOSA AVIAR, ENFERMEDADES NEOPLASICAS (Retículoendoteliosis, Enfermedad linfoproliferativa, Leucosis), MICOPLASMOSIS (Mycoplasma gallisepticum y Mycoplasma sinoviae), SALMONELOSIS (Paratifoidea), PULOROSIS (Salmonella pullorum), TIFOSIS (Salmonella gallinarum), SINDROME DE LA CAIDA DE LA POSTURA (EDS 76),** y que los tres últimos exámenes de diagnóstico, espaciados entre 3 y 4 semanas, no demuestran la presencia de estas enfermedades. Para el caso de la **HEPATITIS CON CUERPOS DE INCLUSION** se han realizado en los planteles de origen seguimientos clínicos por la Autoridad Oficial competente y las aves consideradas sospechosas fueron sometidas a exámenes histopatológicos con resultado negativo.

8. En el plantel o los planteles de donde proceden los huevos se vacunan a las aves reproductoras contra la **ENCEFALOMIELITIS AVIAR** entre las 12 a 13 semanas de edad, antes de las 6 semanas precedentes a la iniciación de la postura.

9. Los huevos fértiles o embrionados fueron acondicionados en cajas y embalajes nuevos que exhiben claramente la identificación de granja de origen, número de huevos y fecha de empaque, y presentan el sello oficial respectivo.

10. Los contenedores o vehículos de transporte fueron lavados y desinfectados utilizando productos autorizados por el país exportador y fueron precintados de forma que sólo puedan ser retirados por la autoridad sanitaria del país importador.

Código

04.07 C HUEVOS LIBRES DE PATOGENOS ESPECIFICOS

Los huevos libres de patógenos específicos estarán amparados por un certificado zoosanitario, expedido por la Autoridad Oficial de Sanidad Animal del país exportador, en el que conste el cumplimiento de los siguientes requisitos:

Que:

1. Proceden de aves criadas en el país exportador y de la granja o granjas cuyo nombre y ubicación se indican.

2. La granja o granjas de origen de los huevos libres de patógenos específicos (SPF), se dedican exclusivamente a esta actividad, cuentan con las instalaciones para operar bajo las condiciones de aislamiento necesarias, cuentan con los

servicios de personal adecuadamente preparado y mantienen un programa de control zoonosario bajo supervisi3n oficial y cumplen con las normas nacionales establecidas para este tipo de planteles SPF.

3. La granja o granjas de donde proceden los huevos, y 3stos son libres de los siguientes agentes pat3genos:

- ADENOVIRUS AVIAR GRUPO I (Celo, Tipos 3, 4 y 7)
- ADENOVIRUS AVIAR GRUPO II (Enteritis Hemorr3gica)
- ADENOVIRUS AVIAR GRUPO III (Adenovirus 127)
- NEFRITIS AVIAR
- PARAMIXOVIRUS AVIAR TIPO 2
- ANEMIA INFECCIOSA AVIAR
- BRONQUITIS INFECCIOSA: Mass y Conn, Arkansas, JMK
- ENFERMEDAD INFECCIOSA DE LA BURSA (Enfermedad de Gumboro)
- ENFERMEDAD DE MAREK SEROTIPOS 1, 2 y 3
- HAEMOPHILUS PARAGALLINARUM
- INFLUENZA AVIAR TIPO A
- LARINGOTRAQUEITIS INFECCIOSA
- MYCOPLASMA gallisepticum
- MYCOPLASMA synoviae
- REOVIRUS AVIAR
- ROTAVIRUS AVIAR
- TUBERCULOSIS AVIAR
- SALMONELLA gallinarum
- SALMONELLA pullorum
- VIRUELA AVIAR
- ENCEFALOMIELITIS AVIAR
- ENFERMEDAD DE NEWCASTLE
- LEUCOSIS LINFOIDE GRUPOS A, B, C, D, E
- PARAINFLUENZA TIPO 2

p- RETICULOENDOTELIOSIS

- RINOTRAQUEITIS AVIAR

- SALMONELLA, otras especies (enteritides)

4. Los huevos fueron acondicionados en cajas y embalajes nuevos que exhiben claramente identificación de granja de origen, número de huevos y fecha de empaque, y presentan el sello oficial respectivo.

5. Los contenedores o vehículos de transporte fueron lavados y desinfectados utilizando productos autorizados por el país exportador y fueron precintados de forma que sólo puedan ser retirados por la autoridad sanitaria del país importador.

ANEXO V

FACTORING

Antecedentes

Las compañías inglesas, en su necesidad de conquistar los nuevos mercados que le ofrecían las colonias de la corona, adelantaron en los principales puertos de embargo personal que le denominará Factor, quienes se encargaban de la colocación de los productos.

Asimismo, éstos concedían créditos a las personas que adquirirían sus productos enviados de la metrópolis, en donde giraban el total del precio, lucrando para su propio beneficio la financiación, que ellos soportaban al otorgar el crédito para la compra.

Definición

Aquel contrato por el cual un empresario conviene que una entidad financiera le adquiera todos los créditos provenientes de la explotación normal de su empresa hasta una suma determinada y por un tiempo expresamente convenido, asumiendo los riesgos de su cobros y reservándose el derecho de seleccionar dichos créditos obligándose asimismo a prestarle asistencia técnica necesaria para un mejor desarrollo del contrato. En contra prestación, el empresario se obliga a abonar una comisión en forma proporcional a los capitales adelantados.

Características del Contrato

- Es un contrato consensual o denominado de adhesión.
- Es un contrato innominado, de tracto sucesivo, de tipo masivo pues determina las condiciones generales a las que deberán ajustarse las operaciones individuales, las que deberán ser en cantidades suficientes para que se pueda calcular el riesgo que determina la operación.
- Es un contrato de exclusividad, en la cual el empresario no podrá descontar su crédito en otra entidad financiera, siempre y cuando esta última haya optado por desechar el crédito por medio de su facultad de selección.
- Es un contrato de colaboración; las obligaciones de las partes se prolongan en el tiempo y por ende se deben brindar la mayor colaboración posible para arribar a los fines propuestos a contratar.

Elementos del Contrato

Sujetos: Banco Comercial o entidad financiera (Factor)

Objeto : obtención de un crédito para el empresario y la conquista de un beneficio para la institución financiera.

Onerosidad : Es un contrato oneroso y lo es para ambas partes, pues tanto se manifiesta para la entidad financiera al abonar los créditos cedidos, como para el empresario al abonar la comisión por el anticipo de sus créditos o por el pago de los servicios.

Monto : Es un contrato determinado por el cual la institución financiera adquiriría los créditos.

Derechos del Factor

Derecho a exigir la transparencia de los créditos; es decir no se puede formalizar los distintos contratos de factoring con diversas entidades financieras, de este modo el Factor se reserva el derecho de poder exigir al cliente la cesión de los créditos que determinan la vida normal de su

empresa.

Derecho a percibir o acepta o rechazar los créditos.

Derecho al cobro de la remuneración; el cual es el beneficio económico de la entidad financiera por la adquisición de los créditos.

Obligaciones del Factor

Percibir los importes por los cuales el factor ha adquirido los créditos cedidos.

Otorgar asistencia técnica a la que se ha comprometido.

Derechos del Empresario – Cedante

Percibir los importes por los cuales el factor ha adquirido los créditos cedidos.

Que le sea otorgada la asistencia técnica.

Derecho de rescisión .

Obligaciones a cargo del Empresario – Cedante

Solicitar la autorización del Factor.

Otorgar la colaboración necesaria que requiera el factor.

Ceder todos los documentos obrantes en su poder.

Hacer frente al pago de las obligaciones que no paguen los terceros.



Av. Los Frutales 486 Urb. Los Artesanos – Ate
Teléfono: 435-8289 telefax : 435-9232
e-mail: originalplast@computextos.com

REGATONES REDONDOS Y CUADRADOS
DE TODAS LAS MEDIDAS
ARTICULOS PLÁSTICOS Y SERVIVIO EN GENERAL

INFORME DE FACTIBILIDAD

Mediante el Presente Informe se comunica que el Señor Benjamín Piscoya Silva de L.E. 10686764, presento ante el Área de Proyectos de Original Plast S.A.C. el proyecto referido a la creación de una expresa exportadora (Codornox Trademark) a fin de solicitar un servicio de **Factoring (Servicio De Riesgo Crediticio)**, constatándose lo siguiente:

- La información referente al volumen exportado e importado del producto de P.A 40700900 (Huevos de Codorniz) en los mercados de Perú, Colombia y Venezuela fue consultada con ADEX-PERU, confirmando la veracidad de esta.
- Los costos de los servicios logísticos, informáticos y diversos se encuentran en el rango existente en el mercado.
- Las estrategias de comercialización y gestión del proyecto poseen coherencia técnica y factibilidad operacional.
- Los estados financieros para la propuesta del Servicio del Factoring, proveen una alta tasa de interés, superior a la tasa existente en el Sistema Financiero Nacional lo cual demuestra la rentabilidad del

ORIGINAL PLAST S.A.C : El presente documento es un informe técnico real , mas no posee connotación legal



REGATONES REDONDOS Y CUADRADOS
DE TODAS LAS MEDIDAS
ARTICULOS PLÁSTICOS Y SERVICIO EN GENERAL

Av. Los Frutales 486 Urb. Los Artesanos – Ate
Teléfono: 435-8289 telefax : 435-9232
e-mail: originalplast@computextos.com

proyecto. Por tanto como consecuencia del análisis técnico realizado al presente proyecto, **SE CONSIDERA FACTIBLE LA APROBACIÓN DE ESTE PROYECTO**, debido a las razones anteriormente expuestas. Los detalles del servicio acordado se detallan a continuación en el contrato.

La Administración General
D.N.J.: 10608335
ORIGINAL PLAST S.A.C.

Lima, 20 de Abril del 2001



**REGATONES REDONDOS Y CUADRADOS
DE TODAS LAS MEDIDAS
ARTICULOS PLÁSTICOS Y SERVIVIO EN GENERAL**

Av. Los Frutales 486 Urb. Los Artesanos – Ate
Teléfono: 435-8289 telefax : 435-9232
e-mail: originalplast@computextos.com

CONTRATO PRIVADO DE SERVICIOS

Conste por el presente documento el contrato de afiliación al **SERVICIO DE FACTORING – RIESGO CREDITICIO** que celebran de una parte **CODORNOX TRADEMARK** con **RUC 10106867149**, y a quien en adelante se llamará **EL EMPRESARIO CEDANTE** y de la otra parte **ORIGINAL PLAST S.A.C.**, con **RUC 20460073368**, con domicilio en Av. Los frutales 486 Urb. los Artesanos - Ate, y a quien en adelante se llamará **EL FACTOR**; los cuales se registrarán de acuerdo a las siguientes cláusulas.

PRIMERO

El Factor proporcionara la suma de \$ 20 000 (veinte mil dólares Americanos) al **EMPRESARIO CEDANTE**, siendo este último el que cubrirá esta deuda a una tasa de interés del 35% anual en dólares y un pago adicional de \$4000 al finalizar el primer año posterior a la entrega del mencionado préstamo. El periodo de préstamo es de 5 años (Ver cronograma de pagos Anexo).

SEGUNDO

El **EMPRESARIO – CEDANTE** colaborará para la adquisición de el préstamo con documentación técnica referida al proyecto, en caso que el **FACTOR** lo solicite.

TERCERO

ORIGINAL PLAST S.A.C : El presente documento es un informe técnico real , mas no posee connotación legal



**REGATONES REDONDOS Y CUADRADOS
DE TODAS LAS MEDIDAS
ARTICULOS PLÁSTICOS Y SERVIVIO EN GENERAL**

Av. Los Frutales 486 Urb. Los Artesanos – Ate
Teléfono: 435-8289 telefax : 435-9232
e-mail: originalplast@computextos.com

En caso de que el EMPRESARIO – CEDANTE se retrasara con sus pagos anuales se le otorgara un plazo máximo de 5 días útiles para proceder a cancelarlo, luego de este plazo correrá una mora del 2% anual por día de retraso.

CUARTO

Durante la duración del Factoring, el FACTOR se comprometerá a brindar accesoria financiera y administrativa al EMPRESARIO CEDANTE; a solicitud de éste, teniendo como máximo dos sesiones mensuales para lo cual el EMPRESARIO CEDANTE deberá comunicar por escrito su requerimiento y el FACTOR tendrá un día útil para determinar el cronograma de asesoría.

En fe de lo cual firman y legalizan notarialmente sus firmas el EMPRESARIO CEDANTE y el FACTOR en la ciudad de Lima, a los 20 días del mes de Abril del 2001.

Empresario Cedante / Representante Legal

actor/ Representante Legal



Av. Los Frutales 486 Urb. Los Artesanos – Ate
Teléfono: 435-8289 telefax : 435-9232
e-mail: originalplast@computextos.com

**REGATONES REDONDOS Y CUADRADOS
DE TODAS LAS MEDIDAS
ARTICULOS PLÁSTICOS Y SERVIVIO EN GENERAL**

CRONOGRAMA DE PAGOS POR CONCEPTO DEL FACTORING

Monto Prestado: \$ 20 000

Tasa de interés: 35% anual

Periodo de gracia :0

N = 5 años

Periodo	Saldo	Interés	Amortización	Servicio
0	20000			
1	20000	7000	(*)4000	11000
2	20000	7000	2009.165562	9009.16556
3	17990.83444	6296.792053	2712.373509	9009.16556
4	15278.46093	5347.461325	3661.704237	9009.16556
5	11616.75669	4065.864842	4943.30072	9009.16556

(*) Al finalizar el año 1 se debe entregar 4000 adicionales según contrato.

ORIGINAL PLAST S.A.C : El presente documento es un informe técnico real , mas no posee connotación legal

DECLARACION

TERCERA CATEGORIA

Contribuyente

Ejercicio gravable 2000

PAGO

RUC

20460073368

N° DE TELEFONO

676

RAZON SOCIAL

ORIGINAL PLAST SAC

4359232

1.- ESTADOS FINANCIEROS

1.-Balance General Ajustado

ACTIVO

		Valor Histórico		Valor Ajustado	
		Al 31 Dic. de 2000		Al 31 Dic. de 2000	
Caja y Bancos	300	23,367	400	23,367	
Cientes	301	30,582	401	30,582	
Cuentas por cobrar accionistas y personal	302		402		
Cuentas por cobrar diversas	304		404		
Mercaderías	305		405		
Productos terminados	306	58,920	406	59,131	
Subproductos, desechos y desperdicios	307		407		
Productos en proceso	308		408		
Materia prima y Auxiliares	310	27,507	410	27,600	
Envases y embalajes	311		411		
Suministros diversos	313		413		
Existencias por recibir	314		414		
Otras cuentas del activo corriente	315		415		
Valores	316		416		
Terrenos	318		418		
Edificios y otras construcciones	319		419		
Maquinarias y equipos	321	228,690	421	235,551	
Unidades de transporte	322		422		
Muebles y enseres	323	586	423	603	
Equipos diversos	324	8,910	424	9,177	
Intangibles	325		425		
Cargas Diferidas	327	6,239	427	6,319	
Depreciación y amortización acumulada	328	(19,849)	428	(20,436)	
Otras cuentas del activo no corriente	329		429		
TOTAL ACTIVO NETO	330	364,952	430	371,894	

PASIVO

		Valor Histórico		Valor Ajustado	
		Al 31 Dic. de 2000		Al 31 Dic. de 2000	
Sobregiros bancarios	331		431		
Tributos por pagar	332	13,255	432	13,255	
Remuneraciones y participaciones por pagar	333	1,974	433	1,974	
Proveedores	335	64,185	435	64,185	
Dividendos por pagar	336		436		
Cuentas por pagar diversas	337	25,173	437	25,173	
Beneficios sociales de los trabajadores	338	2,373	438	2,373	
Provisiones diversas	339		439		
Ganancias diferidas	340		440		
Otras cuentas del pasivo	341		441		
TOTAL PASIVO	342	106,960	442	106,960	

PATRIMONIO

	Valor Histórico		Valor Ajustado	
		Al 31 Dic. de 2000		Al 31 Dic. de 2000
Capital	344	240,000	444	247,200
Accionariado laboral	345		445	
Capital adicional	346		446	
Excedente de revaluación	347		447	
Reservas	349		449	
Otras cuentas del patrimonio	350		450	
Resultados acumulados positivo	352		452	
Resultados acumulados negativo	353		453	
Utilidad de ejercicio	354	17,992	454	17,734
Pérdida del ejercicio	355		455	
TOTAL PATRIMONIO	356	257,992	456	264,934
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	358	364,952	458	371,894

II.-Estado de Pérdidas y Ganancias-Valores Históricos

		Importe	
			Al 31 Dic. de 2000
Ventas Netas o ingresos por servicios		461	404,370
(-) Descuentos, rebajas y bonificaciones concedidas		462	
Ventas Netas		463	404,370
(-) Costo de Ventas		464	(320,281)
Resultado Bruto	Utilidad	466	84,089
	Pérdida	467	0
(-) Gastos de venta		468	(8,666)
(-) Gastos de administración		469	(53,110)
Resultado de operación	Utilidad	470	22,313
	Pérdida	471	0
(-) Gastos financieros		472	(4,877)
(+) Ingresos financieros gravados		473	8,297
(+) Otros ingresos gravados		475	
(+) Otros ingresos no gravados		476	
(+) Enajenación de valores y bienes del activo fijo		477	
(-) Costo enajenación de valores y bienes activo fijo		478	
(-) Gastos diversos		480	(98)
REI del ejercicio	Positivo	481	
	Negativo	483	(258)
Resultado antes de participaciones	Utilidad	484	25,377
	Pérdida	485	0
(-) Distribución legal de la renta		486	
Resultado antes del impuesto	Utilidad	487	25,377
	Pérdida	489	0
(-) Impuesto a la Renta		490	(7,643)
Resultado del ejercicio	Utilidad	492	17,734
	Pérdida	493	0

2.- DETERMINACION DEL IMPUESTO A LA RENTA

Utilidad antes del impuesto	100	25,377
Pérdida del ejercicio	101	0
(+) Adiciones para determinar la renta imponible	103	98
(-) Deduciones para determinar la renta imponible	105	0
Renta neta del ejercicio	106	25,475
Pérdida del ejercicio	107	0
(-) Pérdida tributaria compensable de ejercicios anteriores	108	
Inversión en Sector agrario y/o en Zona de la Amazonía	150	0
Renta Neta Imponible	110	25,475
Pérdida tributaria del ejercicio	111	0
Impuesto a la Renta	113	7,643

DETERMINACION DE LA DEUDA TRIBUTARIA-CREDITOS CONTRA EL IMPUESTO A LA RENTA

Saldo del IEAN pagado durante 1998	114	
SUBTOTAL (Cas. 113 - 114)	500	7,643
Saldo del IEAN pagado durante 1999		Créd. Ej. 2000
SUBTOTAL (Cas. 500 - 115)	116	0
	501	7,643
Créditos sin devolución		
(-) Crédito por impuesto a la Renta de fuente extranjera	123	
Crédito por donaciones	124	
Crédito por reinversiones	136	
(-) Otros créditos sin derecho a devolución	125	
SUBTOTAL (Cas. 501 - (123+124+136+125))	504	7,643
Créditos con devolución		
Saldo a favor del ejercicio anterior	127	
Pagos a cuenta mensuales del ejercicio	128	(6,319)
Otros créditos con derecho a devolución	129	

4.- DEUDA TRIBUTARIA

SALDO POR	A FAVOR DEL	1.- Devolución	137	138	0
REGULARIZAR	CONTRIBUYENTE	2.- Aplicación contra futuros pagos			
	A FAVOR DEL FISCO			139	1,324
(+) Actualización del saldo				140	7
Total Deuda Tributaria (Cas. 139 + 140)				505	1,331
Saldo a favor del exportador				141	
Pagos realizados antes de presentar este formulario				144	
Interés moratorio				145	
SALDO DE LA DEUDA TRIBUTARIA (Cas. 505 - 141 - 144 + 145)				146	1,331
IMPORTE A PAGAR				180	1,331
Forma de Pago	X	ELECTIVO			CHEQUE

5.- IDENTIFICACION**DATOS GENERALES**

Está acogido a la Ley de promoción del sector agrario 26865		NO
Fecha de Presentación del formulario 4888	200	
Está exonerado totalmente del Impuesto a la Renta por alguna norma legal		NO
Base Legal de la Exoneración	210	
Número de Orden del Formulario 2119	220	
Convenio de Estabilidad		NO
Número de Orden del Formulario 2305	224	
Condición de domicilio		DOMICILIADO
La presente declaración rectifica o sustituye a otra		NO

REGIMEN DE LA AMAZONIA

Acogimiento a la Ley de la Amazonía		NO
Contribuyente Ubicado en la Amazonía		NO

Domicilio Fiscal

Domicilio Fiscal ubicado en la Amazonía junto con su Administración y Contabilidad		
Zona a la que corresponde la ubicación de su domicilio		
Ubicación Geográfica de su Domicilio Fiscal	812	
Descripción de Ubicación Geográfica de su Domicilio Fiscal		

Registros Públicos

Oficina Registral	280	
Tomo o Ficha	281	
Folio	282	
Asiento	283	

Activos Fijos

Monto de Activos Fijos al 31/12/2000 ubicados en la Amazonía	223	
--	-----	--

6.- INFORMACION COMPLEMENTARIA**INFORMACION GENERAL**

Datos del Contador		
Apellidos		CHAMAN BARBACHA
Nombres		CARLOS AUGUSTO
Código de zona de la colegiatura o registro	209	15
	208	10075663663
C. P. C. Nro.	211	5383
I. C. P. Nro.	212	

Datos del Representante Legal

Tipo de Documento	225	01
Número de Documento	226	10608335
Apellidos		FEIJO ESCOBEDO
Nombres		DIEGO EDGAR

Inversión en el sector agrario

	RUC	MONTO
TOTAL INVERSION		201
RUC principales beneficiarios y Monto invertido	203	205
RUC principales beneficiarios y Monto invertido	204	206

Inversión en la Amazonía

	RUC	MONTO
TOTAL INVERSION		230
RUC principales beneficiarios y Monto invertido	231	234
RUC principales beneficiarios y Monto invertido	232	235

Ingresos Anuales Atribuidos

Total de ingresos anuales	215	
---------------------------	-----	--

INFORMACION DE LOS PRINCIPALES SOCIOS

Código	Tipo de socio	Apellidos y Nombres, denominación o razón social	Documento de Identidad			Fecha de Nacimiento
			Tipo	Número		
40	01	FEIJO PINE EDGAR DARIO	245	CARNET EXT.	250 85902	255
41	01	FEIJO ESCOBEDO DIEGO EDGAR	246	L.E / DNI	251 10608335	256 08/12/1976
42	01	PINE DERAS NELLY MARIA	247	CARNET EXT.	252 86731	257
43			248		253	258
44			249		254	259

Código	Tipo de socio	Apellidos y Nombres, denominación o razón social	Pais de Residencia	% Partic. sobre capital		Fecha en que se constituye como socio
40	01	FEIJO PINE EDGAR DARIO	260	265	90	270 13/12/1999
41	01	FEIJO ESCOBEDO DIEGO EDGAR	261	266	9	271 13/12/1999
42	01	PINE DERAS NELLY MARIA	262	267	1	272 13/12/1999
43			263	268		273
44			264	269		274

TIPO DE SOCIOS

- 01 Persona Natural Domiciliado
- 02 Persona Juridica Domiciliado
- 03 Persona Natural No Domiciliado
- 04 Persona Juridica No Domiciliado

PERDIDA TRIBUTARIA COMPENSABLE DE EJERCICIOS ANTERIORES

Año	Importe consignado en la DDJJ anual

GASTOS REALIZADOS CON NO DOMICILIADOS DEDUCIBLES DE LA RENTA NETA IMPONIBLE

Beneficiario	Domicilio		Identificación Tributaria	Gastos y/o costo Anual (solo mayores a S/.8,700)		Monto Retenido
	Pais	Dirección		No Sujeto a Retención S/.	Sujeto a Retención	
			Tipo Documento	Nro. Documento		

TOTALES: 0 0 0

I.- ASISTENTE DE LA CASILLA 103 (Adiciones para determinar la Renta Imponible)

Mayor depreciación como consecuencia de revaluaciones voluntarias. Base Legal : Inc. I) del Artículo 44	
Depreciaciones de activo fijo en exceso. Base Legal : Inc f) del Artículo 37, 39 y 40 de la Ley del Imp. a la Renta y Artículo 22 del Reglamento	
Merms y desmedros de existencias no sustentados. Base Legal : Inc f) del Artículo 37 de la Ley del Imp. a la Renta	
Adiciones por arrendamiento financiero. Base Legal : D.Leg 299 y modificatorias	
La amortización de llaves, marcas, patentes, procedimientos de fabricación, juanillos y otros activos intangibles similares. Base Legal : Inc. g) del Artículo 44 de la Ley del Imp. a la Renta	
Agregados para lo señalado en el Artículo 63 en empresas de construcción o similares. Base Legal : Artículo 63 de la Ley del Imp. a la Renta	
Gastos Personales y de sustento del contribuyente y sus familiares. Base Legal : Inc. a) del Artículo 44 de la Ley de Imp. a la Renta	
El Impuesto a la Renta. Base Legal : Inc. b) del Artículo 44 de la Ley del Imp. a la Renta	
Multas, recargos, intereses moratorios y sanciones. Base Legal : Inc. c) del Artículo 44 de la Ley del Imp. a la Renta	98
Donaciones y cualquier acto de liberalidad. Base Legal : Inc. d) del Artículo 44 de la Ley del Imp. a la Renta	
Sumas Invertidas en adquisición de bienes o mejoras de carácter permanente cargado a gastos. Base Legal : Inc. e) del Artículo 44 y Artículo 41 de la Ley del Imp. a la Renta	
Las asignaciones destinadas a la constitución de reservas o provisiones cuya deducción no admite la Ley del Imp. a la Renta. Base Legal : Inc. f) del Artículo 44 de la Ley del Imp. a la Renta	
Parte que exceda el porcentaje usual de comisiones mercantiles originadas en el exterior Base Legal : Inc. h) del Artículo 44 de la ley del Imp a la Renta.	
Gastos cuya documentación sustentatoria no cumpla con los requisitos y caract. establecidas en el Regl. de Comp. de Pago. Base Legal : Inc j) del Artículo 44 de la Ley del Imp. a la Renta	
El Impuesto General a las Ventas que grava el retiro de bienes. Base Legal : Inc k) del Artículo 44 de la Ley del Imp. a la Renta	
Impuesto a la Renta de Terceros asumido por el contribuyente. Base Legal : Artículo 47 de la Ley del Imp. a la Renta	
La parte de los intereses que no excede el monto de los ingresos por intereses exonerados. Base Legal : Inc. a) del Artículo 37 de la Ley del Imp. a la Renta	
Castigos por deudas incobrables que incumplen con los requisitos legales. Base Legal : Inc. i) del Artículo 37 de la Ley del Imp. a la Renta e Inc. g) del Artículo 21 del Reglamento	
Provisiones por deudas de cobranza dudosa que incumplen con los req. legales. Base Legal : Inc. i) del Artículo 37 de la Ley del Imp. a la Renta e Inc. f) del Artículo 21 del Reglamento	

Exceso de remuneraciones al Directorio (6% de la utilidad comercial). Base Legal : Inc. m) del Artículo 37 de la Ley del Imp. a la Renta e Inc. 1) del Artículo 21 del Reglamento	
Exceso de gastos de Representación (0.5 % ingresos brutos, límite 40 UIT). Base Legal : Inc. q) del Artículo 37 de la Ley del Imp. a la Renta e Inc. m) del Artículo 21 del Reglamento	
Exceso de viaticos cargados a gastos. Base Legal : Inc. r) del Artículo 37 de la Ley de Imp. a la Renta y Artículo 21 del Reglamento	
Exceso de Gastos sustentados con boleta de venta. Base Legal : Artículo 37 de la Ley de Imp. a la Renta e Inc. ñ) del Artículo 21 del Reglamento	
Gastos no devengados cargados a resultados. Base Legal : Inc. a) del Artículo 57 de la Ley del Imp. a la Renta	
Gastos de ejercicios anteriores. Base Legal : Inc. a) del Artículo 57 de la Ley del Imp. a la Renta	
Otros	
TOTAL ADICIONES	98
II.- ASISTENTE DE LA CASILLA 105 (Deducciones para determinar la Renta Imponible)	
Depreciaciones de activo fijo. Base Legal : Inc. f) del Artículo 37, 39 y 40 de la Ley del Imp. a la Renta y Artículo 22 del Reglamento	
Deducciones por arrendamiento financiero. Base Legal : Artículo 19 del D.Leg 299 y D.S. 559-84-EFC	
La amortización de llaves, marcas, patentes, procedimientos de fabricación, juanillos y otros activos intangibles similares. Base Legal : Inc. g) del Artículo 44 de la Ley del Imp. a la Renta e Inc. a) del Artículo 25 del Reglamento	
Deducciones para lo señalado en el Artículo 63 en empresas de construcción o similares. Base Legal : Artículo 63 de la Ley del Imp. a la Renta y Artículo 36 del Reglamento	
Dividendos percibidos. Base Legal : Inc. a) del Artículo 25 de la Ley del Imp. a la Renta	
Ingresos financieros exonerados neto. Base Legal : Artículo 37 de la Ley del Imp. a la Renta e Inc. p) del Artículo 21 del Reglamento	
Otros	
TOTAL DEDUCCIONES	0
III.- ASISTENTE DE LA CASILLA 150 (Inversiones en Sector Agrario y/o Amazonía)	
Inversión en el sector agrario	
Inversión en la zona de la amazonía	
TOTAL CASILLA 150	0

IV.- ASISTENTE DE LA CASILLA 128 (Pagos a cuenta mensuales del Ejercicio)**PAGOS A CUENTA DEL IMPUESTO A LA RENTA DEL EJERCICIO 2000**

Mes de Pago	Utilización del saldo a favor	Compensación SFMB	Otros créditos. No incluye IEAN	Monto Pagado	Total	Actualizado al 31/12/2000
01-2000	0			0	0	0
02-2000	0			0	0	0
03-2000	0			510	510	510
04-2000	0			963	963	963
05-2000	0			502	502	502
06-2000	0			521	521	521
07-2000	0				0	0
8-2000	0			531	531	531
9-2000	0			772	772	772
10-2000	0			300	300	300
11-2000	0			1,201	1,201	1,201
12-2000	0			939	939	939
01-2001					0	0
02-2001					0	0
03-2001					0	0
TOTAL IMPORTE ACTUALIZADO						6,239