



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**Extensión Santo Domingo**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y  
ADUANAS**

**Tesis de grado previo la obtención del título de:**

**INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS.**

**“LAS PERSPECTIVAS COMERCIALES DEL MERCADO ALEMÁN RESPECTO  
AL CONSUMO DE LA CARNE DE CONEJO Y SU INCIDENCIA EN LA OFERTA  
POTENCIAL EN EL MERCADO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS  
2013”**

**Autor:**

**JONATHAN RAFAEL OJEDA VÉLEZ**

**Director de Tesis**

**ING. CARLOS LIZANO**

**Santo Domingo, Ecuador**

**OCTUBRE, 2013**

**LAS PERSPECTIVAS COMERCIALES DEL MERCADO ALEMÁN RESPECTO  
AL CONSUMO DE LA CARNE DE CONEJO Y SU INCIDENCIA EN LA OFERTA  
POTENCIAL EN EL MERCADO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS  
2013.**

Ing. CARLOS LIZANO

**DIRECTOR DE TESIS**

\_\_\_\_\_

**APROBADO**

Eco. Raúl Luna

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

\_\_\_\_\_

Ing. Jaime Merizalde

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

\_\_\_\_\_

Ing. Luly Tapia

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

\_\_\_\_\_

Santo Domingo,.....de.....2013.

**Autor: JONATHAN RAFAEL OJEDA VÉLEZ**

**Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**Título de Tesis: LAS PERSPECTIVAS COMERCIALES DEL MERCADO ALEMÁN RESPECTO AL CONSUMO DE LA CARNE DE CONEJO Y SU INCIDENCIA EN LA OFERTA POTENCIAL EN EL MERCADO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS 2013”**

**Fecha: OCTUBRE, 2013**

El contenido del presente trabajo, está bajo la responsabilidad del autor.

---

**Jonathan Rafael Ojeda Vélez**  
**171693831-9**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**Extensión Santo Domingo**

**INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS**

Santo Domingo,..... de..... del 2013

**Economista**

Raúl Luna Benavides

**COORDINADOR DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

Estimado Ingeniero:

Mediante la presente tengo a bien informar que el trabajo investigativo realizado por el señor: **JONATHAN RAFAEL OJEDA VÉLEZ**, cuyo tema es: **“LAS PERSPECTIVAS COMERCIALES DEL MERCADO ALEMÁN RESPECTO AL CONSUMO DE LA CARNE DE CONEJO Y SU INCIDENCIA EN LA OFERTA POTENCIAL EN EL MERCADO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS 2013”**, ha sido elaborada bajo mi supervisión y revisado en todas sus partes, por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que informo para fines pertinentes.

Atentamente.

---

Ing. CARLOS LIZANO

**DIRECTOR DE TESIS**

## DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicada a las personas que más admiro a mis padres por su gran esfuerzo y su apoyo incondicional para poder llegar siempre a la meta, por guiarme y enseñarme que nada es imposible siempre y cuando uno se lo proponga.

A mis hermanos, a mis sobrinos no solo por la culminación de este proyecto sino por ser seres especiales que Dios ha puesto en mi vida.

A mis pastores de la iglesia por sus frases de motivación de creer siempre: *todo es posible si puedes creer*, a mis amigos por su gran motivación de cumplir con mis objetivos.

En especial a Dios porque gracias a su Espíritu Santo que ha sido un gran amigo en todo este camino es posible avanzar un escalón más de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

En especial al ser supremo, al creador del universo porque Él me da la fuerza, la energía, de seguir luchando es esta vida.

A mis queridos padres por ser unos grandes motivadores en mi vida por su ayuda y su apoyo incondicional.

A mis pastores por ocupar un lugar especial en mi vida espiritual.

A mis hermanos Juan, Jenny, Andrea, por haber estado siempre conmigo apoyándome.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Sustentación y aprobación de los integrantes del tribunal.....	ii
Responsabilidad del autor.....	iii
Aprobación del director de tesis.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
EXECUTIVE SUMMARY.....	xviii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Sistematización del problema.....	4
1.4. Objetivos.....	4
1.4.1. General.....	4
1.4.2. Específicos.....	4
1.5. Justificación.....	5
1.5.1. Conveniente.....	5
1.5.2. Impacto social.....	5
1.5.3. Implicancia práctica.....	5
1.5.4. Viabilidad.....	6

<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>7</b>
<b>MARCO DE REFERENCIA.....</b>	<b>7</b>
2.1. Marco teórico.....	7
2.2. Marco conceptual.....	13
2.2.1. Definición de términos conceptuales.....	13
2.2.2. Definición de términos operacionales.....	14
2.3. Marco legal.....	15
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>22</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>22</b>
3.1. Diseño de investigación.....	22
3.2. Población de estudio y sus características.....	22
3.3. Tipo y nivel de investigación.....	23
3.4. Unidad de análisis.....	24
3.5. Métodos.....	24
3.6. Fuentes, técnicas e instrumentos.....	25
3.6.1. Fuentes de información.....	25
3.6.2. Técnicas.....	25
3.6.3. Instrumentos.....	26
3.7. Organización de la información.....	26
3.8. Tratamiento de la información secundaria.....	26
3.9. Metodología para la determinación de la demanda insatisfecha en el mercado externo.....	26
3.10. Proyecciones de datos de consumo y población.....	27
3.11. Recolección de la información primaria.....	28
3.12. Análisis e interpretación de los datos.....	29
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>30</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>30</b>
4.1. Hipótesis.....	30



4.1.1.	Hipótesis o idea a defender .....	30
4.1.2.	Hipótesis específicas .....	31
4.1.3.	Variables del estudio.....	31
4.2.	Ubicación y descripción de la información empírica pertinente a la hipótesis .....	31
4.2.1.	Demanda insatisfecha de carne de conejo en el mercado alemán .....	32
4.2.2.	Capacidad de producción de carne de conejo en Santo Domingo de los Tsáchilas .....	34
4.2.3.	Barreras de ingreso del producto al mercado.....	37
4.2.4.	Información recolectada sobre la producción y potencial de exportación de la carne de conejo .....	38
4.2.4.1.	Entrevista a profundidad .....	38
4.3.	Comprobación / desaprobación de la hipótesis.....	45
4.3.1.	Hipótesis general.....	45
4.3.2.	Hipótesis específicas.....	45
4.4.	Conclusiones parciales.....	47
<b>CAPITULO V .....</b>		<b>49</b>
<b>PROPUESTA .....</b>		<b>49</b>
5.1.	Título de la propuesta .....	49
5.2.	Justificación .....	49
5.3.	Fundamentación.....	50
5.4.	Objetivos .....	51
5.4.1.	Objetivo General.....	51
5.4.2.	Objetivos Específicos .....	51
5.5.	Importancia .....	51
5.6.	Factibilidad .....	53
5.7.	Propuesta para la producción de carne de conejo para exportación en Santo Domingo de los Tsáchilas.....	53
5.7.1.	Ubicación sectorial y física de Santo Domingo de los Tsáchilas .....	54
5.7.2.	Industrialización del conejo .....	55
5.7.3.	Principales productos exportados con relación al conejo .....	63

5.7.4.	Proceso de producción de carne de conejo .....	64
5.7.5.	Productores nacionales de carne de conejo.....	67
5.7.5.1.	Caracterización de los productores en Santo Domingo .....	68
5.7.5.2.	Capacidad productiva .....	70
5.8.	Perspectivas comerciales para la exportación de carne de conejo procedente de Santo Domingo de los Tsáchilas al mercado alemán.....	71
5.8.1.	Comercio mundial de carne de conejo.....	71
5.8.2.	Tendencia de consumo de carne de conejo en el mercado Alemán.....	74
5.9.	Entorno del mercado alemán .....	74
5.9.1.	Económico .....	75
5.9.2.	Sociodemográfico .....	76
5.9.3.	Cultural .....	76
5.9.4.	Comercio exterior .....	77
5.9.5.	Entorno empresarial.....	78
5.10.	Sector del mercado de alimentos y bebidas procesadas en Alemania .....	80
5.10.1.	Estructura del mercado de consumo de carne de conejo .....	80
5.10.2.	Principales importadores de carne de conejo a Alemania .....	81
5.10.3.	Principales canales de comercialización.....	85
5.10.4.	Principales presentaciones y Precios .....	87
5.10.5.	Condiciones comerciales sugeridas para los productores de Santo Domingo de los Tsáchilas .....	88
5.10.6.	Perfil básico de clientes .....	89
5.11.	Análisis FODA .....	90
5.12.	Logística de comercio para la exportación de carne de conejo .....	92
5.12.1.	Procedimientos previos para la exportación .....	92
5.12.2.	Tarifas Vigentes para la obtención de certificados .....	93
5.12.3.	Proceso de exportación .....	93
5.12.4.	Requisitos para la exportación de la carne de conejo congelada a Alemania .....	95
5.12.5.	Empacado y embalado de la carne de conejo .....	98
5.12.6.	Transporte .....	102
5.12.7.	Condiciones .....	102
5.12.8.	Forma de pago .....	104
5.12.9.	Estrategia .....	105

<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>108</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>108</b>
6.1. Conclusiones .....	108
6.2. Recomendaciones .....	109
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>111</b>
<b>NETGRAFÍA .....</b>	<b>113</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>115</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Características del Conejo .....	8
Cuadro N° 2 Regímenes arancelarios a los que se sujeta la exportación de carne de conejo desde Santo Domingo de los Tsáchilas al mercado alemán. ....	38
Cuadro N°3 Importador 1 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo .....	81
Cuadro N°4 Importador 2 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo .....	81
Cuadro N° 5 Importador 3 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo .....	82
Cuadro N°6 Importador 4 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo .....	82
Cuadro N°7 Importador 5 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo .....	83
Cuadro N°8 Importador 6 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo .....	83
Cuadro N°9 Importador 7 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo .....	84
Cuadro N°10 Importador 8 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo .....	84
Cuadro N°11 Importador 9 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo.....	85
Cuadro N°12 Principales cadenas de venta de carne de conejo al consumidor final .....	87
Cuadro N°13 Fortalezas identificadas para la exportación de carne de conejo al mercado alemán.....	91
Cuadro N°14 Debilidades identificadas para la exportación de carne de conejo al mercado alemán.....	91
Cuadro N°15 Oportunidades identificadas para la exportación de carne de conejo al mercado alemán .....	92
Cuadro N°16 Amenazas identificadas para la exportación de carne de conejo al mercado alemán.....	92

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Exportación de carne de conejo refrigerada o congelada .....	2
Tabla N°2	Población de Alemania Periodo 2002 - 2012 .....	22
Tabla N° 3	Población según grupos de edad .....	23
Tabla N° 4	Consumo Nacional Aparente de Carne de Conejo en Alemania .....	32
Tabla N° 5	Proyección del Consumo Nacional Aparente de Carne de Conejo en Alemania .....	33
Tabla N° 6	Proyección del Consumo Nacional Aparente de Carne de Conejo en Alemania .....	34
Tabla N° 7	Crianza estimada de conejos en Santo Domingo de Los Tsáchilas según el III Censo Nacional Agropecuario .....	35
Tabla N° 8	Oferta productiva actual comparada con la oferta tecnificada esperada para exportación, en número de conejos y kilogramos en Santo Domingo de los Tsáchilas .....	36
Tabla N° 9	Registro de exportaciones de carne de conejo desde Ecuador a Alemania en miles de dólares .....	37
Tabla N° 10	Matriz de coincidencias y relevancias de las entrevistas .....	44
Tabla N° 11	Datos relacionados con la cría y reproducción de conejos .....	69
Tabla N° 12	Capacidad productiva estimada de carne de conejo en pequeños productores de Santo Domingo de los Tsáchilas .....	70
Tabla N° 13	Principales países consumidores de carne de conejo datos per cápita .....	71
Tabla N° 14	Principales productores de carne de conejo a nivel mundial .....	72
Tabla N° 15	Principales exportadores de carne de conejo en toneladas .....	73
Tabla N° 16	Principales importadores de carne de conejo en toneladas .....	73
Tabla N° 17	Entorno Económico de Alemania .....	75
Tabla N° 18	Saldo comercial entre Ecuador y Alemania .....	77
Tabla N° 19	Principales productos exportados e importados entre Alemania y Ecuador ..	78
Tabla N° 20	Presentaciones de carne de conejo preferidas en Alemania .....	88
Tabla N° 21	Dimensiones del contenedor para exportación de carne de conejo .....	100
Tabla N° 22	Dimensiones del contenedor para exportación de carne de conejo .....	102

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Consumo Nacional Aparente de Carne de Conejo en Alemania.....	33
Gráfico N° 2 Cantidad de ganado según especie presente en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2011.....	53
Gráfico N° 3 Flujograma de proceso de producción de carne de conejo.....	66
Gráfico N° 4 Cajón para embalaje.....	100

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	Diferencias entre las razas de conejos .....	9
Figura N° 2	Razas de conejo con aptitud cárnica .....	56
Figura N° 3	Modelos de jaulas para la crianza tecnificada .....	58
Figura N° 4	Modelos de jaulas para la reproducción .....	59
Figura N° 5	Tolvas para alimentación .....	61
Figura N° 6	Faenamiento de los conejos para producción cárnica en camales tecnificados .....	64
Figura N° 7	Capacidad productiva .....	70
Figura N° 8	Presentación del conejo para exportación.....	89
Figura N° 9	Esquema de requisitos para ingreso al mercado alemán de la carne de conejo congelada .....	98
Figura N° 10	Cubicaje .....	101
Figura N° 11	Condiciones .....	103

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Producción pecuaria nacional.....	115
Anexo N° 2: Productores de Carne de Conejo en la UE .....	116
Anexo N° 3: Proyección de la producción de carne de conejo en Alemania .....	117
Anexo N° 4: Proyección de las importaciones de carne de conejo de Alemania.....	118
Anexo N° 5: Proyección de las importaciones de carne de conejo de Alemania.....	119
Anexo N° 6: Proyección de la población de Alemania .....	120
Anexo N° 7: Modelo de registro sanitario para carne de conejo en España .....	121
Anexo N° 8: Solicitud de Registro Sanitario Ecuador .....	122
Anexo N° 9: Proceso de empaque al vacío .....	123
Anexo N° 10: Certificado de Origen Ecuapass .....	124



## **RESUMEN EJECUTIVO**

Santo Domingo de los Tsáchilas es una de las provincias de mayor crecimiento durante los últimos años, esto debido al desarrollo acelerado del comercio y además por encontrarse ubicado en un punto estratégico que forma parte de la conexión vial entre la sierra y costa ecuatoriana.

El proyecto de investigación ha sido elaborado con el fin de brindar una nueva visión sobre la producción de carne de conejo como alternativa de desarrollo en la provincia y además sobre la incidencia de su exportación al mercado alemán.

La investigación presentada muestra la factibilidad de crianza tecnificada del conejo para carne en la provincia, en base a la cantidad de Unidades de Producción Agropecuaria (UPA's), la cual muestra que en Santo Domingo de los Tsáchilas existe una producción artesanal dispersa, la cual puede industrializarse sin inconvenientes.

La carne de conejo en el mercado internacional es muy apetecida, por sobre todo en el mercado europeo, siendo el mercado alemán uno de los principales consumidores, el consumo per cápita de los habitantes de Alemania asciende a 0,51 kg anual, siendo uno de los principales ejes para el inicio de las exportaciones.

Otro de los ejes principales radica en que las relaciones comerciales con este país europeo, se reducen a cero restricciones arancelarias para el ingreso de productos ecuatorianos, ofreciendo así una nueva oportunidad de negocio en la exportación de carne de conejo.

En razón del análisis del presente estudio la consecución de la exportación es viable y rentable por medio de la asociación de productores artesanales que deberán evolucionar hacia una industria tecnificada que les permita cumplir con las expectativas del mercado internacional.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

Tsáchilas Santo Domingo is one of the fastest growing provinces in recent years, this due to the rapid development of trade and also for being located in a strategic part of the road link between the mountains and coast of Ecuador.

The research project has been developed in order to provide new insight into the production of rabbit meat as an alternative to development in the province and also on the impact of export to the German market.

The research presented shows the feasibility of raising tech rabbit meat in the province, based on the number of Agricultural Production Units (APU's), which shows that in Santo Domingo de los Tsáchilas dispersed artisanal production exists, the which can industrialize without drawbacks.

Rabbit meat in the international market is much desired, above all in the European market, the German market being one of the main consumers, consumption per capita of the population of Germany amounts to 0.51 kg per year, with one of the main axes for the start of exports.

Another of the principal axes is that trade relations with the European country will be zero tariff restrictions on the entry of Ecuadorian products, providing a new business opportunity in the export of rabbit meat.

On the basis of analysis of this study achieving viable and profitable export through artisanal producers association should evolve into a tech industry to enable them to meet the expectations of the international market.

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1.Planteamiento del problema

El sector ganadero en el Ecuador, gracias a su posición geográfica y sus grandes extensiones de terreno y pastizales, es próspero, según datos recopilados en la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua los tipos de ganado de mayor crianza en el país fueron al año 2011: ganado vacuno 5.3 millones de cabezas, 1.8 millones de cabezas de ganado porcino y 742.963 cabezas de ganado ovino; a estas estadísticas se suma la producción Avícola que fue de 10,1 millones de aves. (INEC, 2011). La mayor parte de los ingresos asociados a la actividad pecuaria en lo que a animales mayores se refiere está relacionada con la producción de carne, leche, cuero y otros productos derivados de los procesos anteriormente expuestos.

En menor medida, aunque igualmente importantes para las actividades productivas nacionales se practica la crianza de ganado caballar, cuyo número registrado al 2011 fue de 343.820 cabezas, seguido del ganado asnal con 130.693 cabezas, 118.864 de ganado mular y 112.331 de ganado caprino(INEC, 2011).

Santo Domingo de los Tsáchilas, es considerada como el principal centro de venta de ganado a nivel nacional, puesto que en este lugar confluye la producción de varias provincias, según el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santo Domingo(2011), la comercialización se concentra en cabezas de ganado vacuno, porcino y caballar; las provincias de las que proviene el ganado que se vende en la ciudad son: Manabí, Esmeraldas, Guayas, los Ríos, Cotopaxi, El Oro y Bolívar, el flujo de efectivo que generó esta actividad al año 2009 fue de 132,4 millones de dólares.(INEC, 2011)

Parte también del sector pecuario, es la crianza de otro tipo de animales menores como cuyes y conejos actividad que se desarrolla en múltiples zonas del territorio ecuatoriano en gran medida para el autoconsumo, comercio local y en pocos casos la exportación. Esto a

pesar de que las condiciones climáticas y geográficas del país son idóneas para su crianza y que a nivel mundial existen, en especial para el conejo, un mercado cautivo de consumidores de su carne que generalmente están en busca de proveedores con la capacidad suficiente para satisfacer su demanda.

En el Ecuador, las cifras obtenidas del III Censo Nacional Agropecuario (2000) evidencia la existencia de 515.809 conejos vivos, siendo las principales provincias donde se concentra la crianza Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha y Tungurahua. El destino de esta producción es principalmente el consumo interno y doméstico, venta en mercado para crianza particular, venta para mascotas y en mínima cantidad para el consumo de su carne y piel.(MAGAP, 2001)

Según datos de la FAO (2013) la producción de carne de conejo en el Ecuador es en promedio de 1050 toneladas por año con un total máximo de 750.000 animales sacrificados, esto evidentemente demuestra que la crianza de conejo ha sido incremental en los últimos diez años, respecto de las cifras presentadas en el último Censo Agropecuario.

Si bien las cifras muestran una producción creciente la industrialización del conejo con fines de exportación es limitada, según el BCE (2013) las exportaciones realizadas en la partida 02081000000: Carne de conejo o liebre refrigerada o congelada se muestran los siguientes registros en los últimos cinco años.

**Tabla N° 1**  
**Exportación de carne de conejo refrigerada o congelada**

<b>Año</b>	<b>Exportación en toneladas</b>
2008	0
2009	0
2010	0,7
2011	10
2012	0
<b>TOTAL</b>	<b>10,7</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, 2013

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Es evidente que la industrialización del conejo ni ha sido explotada en lo más mínimo en el país a pesar de la existencia de mercados importantes de consumo entre ellos resaltan en primer lugar Alemania, seguido por Suiza, Bélgica, Francia, Italia y Portugal. (Acuerdo de Asociación entre Centro América y la Unión Europea, 2007)

Los principales problemas (causas y efectos) asociados al escaso desarrollo de la cunicultura como medio económico en el Ecuador y la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas son:

1. Concentración de la producción industrial relacionada principalmente al ganado vacuno, porcino y ovino asociado directamente a las preferencias de consumo local de carne y derivados de estos tres tipos de ganado.
2. La escasa tecnificación de los procesos de crianza y cuidado del conejo debido a la producción doméstica y para consumo personal de la población
3. Desconocimiento de las oportunidades en mercado internacionales para el producto.
4. Limitaciones en cuanto a infraestructura y recursos económicos de los productos locales.
5. Carencia de espacios de formación y acceso a información sobre los beneficios de la carne de conejo.
6. Cultura local que concibe al conejo como mascota y no como alimento
7. Poca cultura de cooperación o fomento de economías solidarias entre los productores domésticos
8. Preferencia de productores agropecuarios por animales con oportunidades de comercialización local.

Con este entorno, la presente investigación tiene como fin establecer si, existen grandes oportunidades en el mercado internacional para justificar la producción y exportación de carne de conejo desde Santo Domingo de los Tsáchilas, teniendo como mercado meta a Alemania que se considera uno de los principales consumidores en Europa.

## **1.2. Formulación del problema**

En correspondencia a la temática a desarrollar sobre el análisis de las perspectivas comerciales del mercado alemán respecto al consumo de la carne de conejo y su incidencia en la oferta potencial en el mercado de Santo Domingo de los Tsáchilas, se formula el siguiente problema:

*¿Cuáles son las oportunidades que presenta el mercado alemán como destino de exportación de carne de conejo congelada producida en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas?*

## **1.3. Sistematización del problema**

Las preguntas de sistematización del problema son las siguientes:

- ¿Será necesario determinar la oferta exportable de Santo Domingo?
- ¿Será necesario determinar demanda insatisfecha de la carne de conejo en el mercado Alemán?
- ¿Cuáles son los requisitos y estrategias para exportar el producto a Alemania, que tipo barreras arancelarias y no arancelarias afectan su introducción a este mercado?

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. General**

- Identificar las oportunidades comerciales para la exportación de carne de conejo congelada al mercado alemán desde Santo Domingo de los Tsáchilas.

### **1.4.2. Específicos**

- Determinar la oferta exportable de la carne de conejo en Santo Domingo.

- Determinar la demanda insatisfecha del consumo de la carne de conejo del mercado Alemán
- Determinar los requisitos y barreras arancelarias, para-arancelarias y estrategias para exportar el producto a Alemania.

## **1.5. Justificación**

### **1.5.1. Conveniente**

El desarrollo de la investigación se apoyará en modelos teóricos y conceptuales previamente establecidos en la literatura existente relacionada con la cunicultura, industrialización del conejo, los procedimientos de exportación, condiciones de negociación, formas de pago y estrategias de asociación comunitaria que contribuyan a la formulación de las estrategias óptimas del proyecto. De ahí que se justifica el desarrollo de la investigación en función del aporte teórico que esté puede generar para estudiantes y la sociedad en general.

### **1.5.2. Impacto social**

En materia social, la investigación tiene como fin principal propender a la creación de modelos económicos de producción y exportación de carne de conejo que permitan incrementar las oportunidades de empleo de la población, además de mejorar el nivel de vida de pequeños productores ganaderos, emprendedores y personas interesadas aprovechar las oportunidades de desarrollo que derivarán del presente estudio.

### **1.5.3. Implicancia práctica**

La investigación encuentra su aplicación práctica en el desarrollo mismo de un modelo exportador, que tenga como involucrados a la sociedad y que fomente el desarrollo de Santo Domingo, además de contribuir con el desarrollo de la economía dando cumplimiento al Objetivo 11 del Plan Nacional del Buen Vivir, que busca “*Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible*”(SENPLADES, 2009).

#### **1.5.4. Viabilidad**

El aporte económico del proyecto de tesis tendrá su base en la propuesta estratégica que se pretende desarrollo para el aprovechamiento de las oportunidades de producción en Santo Domingo de carne de conejo y su posterior exportación a Alemania, aportando con una opción de desarrollo económico, entregando información que se puede constituir en la base del desarrollo de emprendimientos y nuevas empresas, contribuyendo así al desarrollo de la Provincia y de la ganadería de animales menores en la zona.



## CAPÍTULO II

### MARCO DE REFERENCIA

#### 2.1.Marco teórico

El marco teórico se diseña con el fin de tener un fundamento teórico aplicable para el análisis de la producción y exportación de carne de conejo congelada hacia Alemania, para lo cual se realizará el compendio de varias citas técnicas bibliográficas sobre las características del conejo, su crianza y manejo, sacrificio y faenamiento, entre otros.

Como antecedente histórico el conejo es oriundo del sur de Europa y del norte de África, y fue descubierto por los fenicios cuando establecieron contacto con los españoles hacia el año 1.000 a. C. A continuación los romanos se encargaron de expandirlo por su imperio como animal destinado a la caza. (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 1996, pág. 1)

El primer indicio de cría controlada se conoce a través del apareamiento de nuevas razas a partir del siglo XVI, con lo que se establece que a partir de esta época existió la domesticación del animal y por consiguiente su manejo y cría. Al difundirse la cría del conejo se establecieron asimismo los tipos de cría, conejo de campo, de “coto” (criado en cercados con muros y zanjas), y el conejo de conejera.(Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 1996, pág. 2)

La cunicultura definida como el proceso de reproducción, cría y engorde de conejos (Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001, pág. 8), dentro de este proceso es necesario como primera parte establecer las principales características anatómicas del conejo, razas para carne, piel, pelo y mascotas, instalaciones y cuidados necesarios, y el faenamiento del animal.

- **Características del conejo**

La clasificación zoológica del conejo está contenida en el siguiente cuadro explicativo:

**Cuadro N° 1**  
**Características del Conejo**

<b>Reino:</b>	Animal
<b>Subreino:</b>	Metazoos
<b>Tipo:</b>	Cordados
<b>Sub tipo:</b>	Vertebrados
<b>Clase:</b>	Mamíferos
<b>Subclase:</b>	Placentarios
<b>Orden:</b>	Laogomorfos
<b>Familia:</b>	Leporidae
<b>Subfamilia:</b>	Leporinae
<b>Género:</b>	Oryctolagus
<b>Especie:</b>	Cunuculus

**Fuente:**(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001, pág. 15)

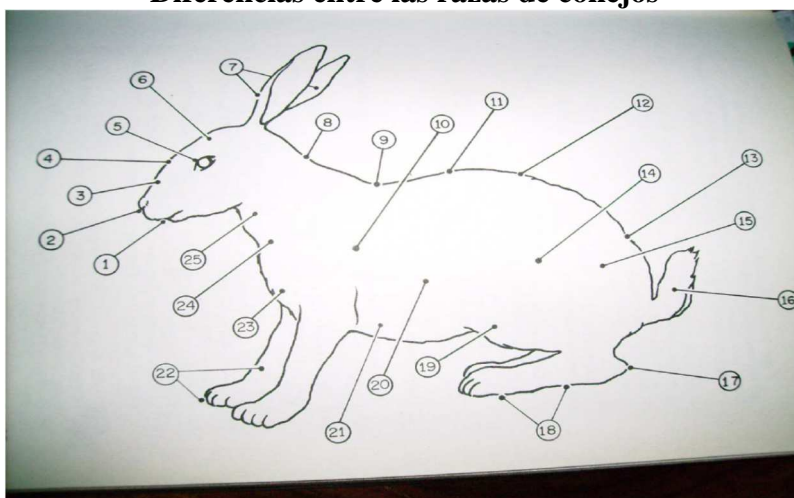
**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Las razas de conejo mantienen una formación corporal sin marcadas diferencias, entre las principales características que se pueden denotar están:

1. Boca con el labio superior partido al medio.
2. Nariz siempre húmeda y en movimiento.
3. Puente de la nariz largo y redondeado.
4. Cara amplia y ligeramente convexa.
5. Ojos rojos o rosados.
6. Frente amplia y sin protuberancias.
7. Orejas de base fuerte cubiertas de pelo por su cara externa.
8. Nuca corta en las razas productoras de carne.
9. Hombro piel flexible y fuerte.
10. Espalda bien musculada.
11. Dorso.
12. Lomo.
13. Grupa.
14. Muslos carnosos y de consistencia firme.

15. Anca carnosa.
16. Cola ancha.
17. Corvejón redondeado, descarnado y fuerte.
18. Patas traseras separadas con pies paralelos al cuerpo.
19. Rodillas bien juntas con el cuerpo.
20. Costillas bien arqueadas.
21. Vientre caliente de piel suave y flexible.
22. Patas delanteras rectas.
23. Pecho ancho.
24. Cuello corto y redondeado.
25. Papada lo más pequeña posible. (Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001, págs. 15,16)

**Figura N° 1**  
**Diferencias entre las razas de conejos**



**Fuente:**(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001, pág. 17)

**Elaborado por:**(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001)

- **Razas**

Las razas de conejo se han dividido en función de sus principales características, tal como se expuso anteriormente estas son de carne, piel, pelaje y mascotas.

- **Razas de carne**

Para la producción de carne se utilizan conejos con pesos que oscilen entre los 4 y 5 kg., con buen desarrollo muscular en el cuerpo, las características principales de esta raza son:

1. Cabeza grande.
2. Cuello corto y grueso.
3. Orejas gruesas.
4. Pecho y espalda anchos y carnosos.
5. Patas cortas y gruesas.
6. Lomo, grupa, muslos grandes y carnosos.(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001, pág. 11)

Las principales razas de producción de carne son el conejo Nueva Zelanda Blanco y el conejo californiano.

- **Razas de piel**

Para la producción de pieles la anatomía del conejo debe propender a cuerpos alargados, cabeza fuerte y redondeada. El pelo es sedoso, brillante y con pelos de mediana longitud.(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001, pág. 9)

Las principales razas para la producción peletera son Plateado de Champaña, Ruso y Chinchilla.(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001, pág. 12)

- **Razas de pelaje**

La producción de pelaje proveniente del conejo corresponde únicamente a una raza en especial, el Angora, el cual existe en dos variedades inglesa y francesa. Se debe tener especial cuidado en el cuidado y manejo de esta raza en función de conservar la calidad del pelaje por lo que se recomienda peinarlo al menos una vez cada 15 días.(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001, pág. 13)

- **Razas de mascotas**

En esencia todas las razas de conejo pueden ser considerados como mascotas, pero se ha determinado dentro de esta clasificación a las razas pequeñas que llegan a pesar un máximo de 2,5 kg., en esta categoría se puede mencionar al Enano Cabeza de León, Angora, Mini Rex como razas preferidas para mascotas.

- **Instalaciones y cuidados**

Las instalaciones dedicadas a la producción cunícola no necesariamente necesita una infraestructura especial, por el contrario la producción puede generar grandes resultados si este se encuentra protegido contra la humedad y las corrientes de frío y calor. La infraestructura generalmente debe ubicarse en un lugar seco puede ser a la intemperie o en galpones destinados para el efecto los cuales deben poseer un buen suministro de agua para los conejos y para la limpieza de las instalaciones. Además dentro de la infraestructura se debe contar con bodegas que permitan el almacenaje de alimentos balanceados.(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001, pág. 27)

Las instalaciones para la crianza propiamente dicha necesitará contar con:

1. Jaulas o celdas para el alojamiento de los conejos.
2. Vivienda o galpones para almacenaje de los alimentos y equipos.
3. Accesorios: comederos y bebederos.(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001)

Los cuidados en el mantenimiento de las instalaciones comprenden las tareas de limpieza de jaulas, barrido de excrementos y desperdicios debajo de las jaulas. Además se debe realizar periódicamente la desinfección de jaulas y de bebederos y comederos.(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2001, pág. 29)

Dentro de las instalaciones es necesario separar los conejos por etapas y por tipo de producción, así los conejos para producción de carne no se mezclaran con los de piel, pelo o mascota; para esto es primordial mantener un control constante sobre el proceso evolutivo del animal, para esto se deberá mantener registros de madres reproductoras, partos, destetes y alimentación de todos los grupos con el fin de mantener la rentabilidad del conejar.

- **Proceso de faenamiento**

El proceso de faenamiento del animal de igual manera deberá cumplir con ciertas características que permitan la obtención de un producto de calidad que se ofertará en el mercado extranjero, para lo cual el diseño de la unidad de faenamiento deberá contener los siguientes procesos:

1. Recepción: área de recepción, inspección y aislamiento.
2. Insensibilización: área de aturdimiento, previo al sacrificio la insensibilización se la puede realizar por:
  - a. Golpe en la nuca
  - b. Separación de la articulación occípito – atloidea.
  - c. Pistola con perno cautivo
  - d. Dióxido de carbono
  - e. Impulso eléctrico.
3. Sangrado: área de sangrado.
  - a. Desangrado por corte en la yugular.
4. Desollado: área de desollado.
  - a. Desprendimiento de piel
5. Eviscerado: área de eviscerado
  - a. Retiro de corazón, aparato respiratorio, digestivo y reproductivo.
6. Refrigerado: área de maduración y refrigeración
  - a. Ideal entre 0 y 4 grados centígrados.
7. Despice
8. Envasado, pesado y etiquetado.(Solís, 2013, págs. 1-35)

## **2.2.Marco conceptual**

### **2.2.1. Definición de términos conceptuales**

**Agrícola:** Perteneciente o relativo a la agricultura o a quién la ejerce.(Real Academia Española, 2010)

**Agropecuaria:** Que tiene relación con la agricultura y la ganadería.(Real Academia Española, 2010)

**Conejo:** Mamífero del orden de los lagomorfos, de unos cuatro decímetros de largo. Pelo espeso, orejas tan largas como la cabeza, patas posteriores más largas que las anteriores. Vive en madrigueras, se domestica fácilmente, su carne es comestible y su pelo se emplea para fieltros y otras manufacturas.(Real Academia Española, 2010)

**Cría:** Alimentar, cuidar y cebar aves u otros animales.(Real Academia Española, 2010)

**Cunicultura.-** En este sistema, los cunicultores poseen un elevado número de hembras dedicadas a la cría de multiplicación de reproductores o a la producción de carne. En este sistema se requiere la construcción de galpones, áreas anexas y jaulas de diseño especial que significan una alta inversión de capital. Demandada, a su vez, de animales con alto potencial genético y una exigente alimentación basados en concentrado pelletizados, elaborados con fórmulas técnicas.(Limerin, 2000, pág. 296)

**Destete:** Hacer que deje de mamar la crías de los animales, procurando su nutrición por otros medios.(Real Academia Española, 2010)

**Faenamiento:** Matar reses o animales y prepararlas para su consumo.(Real Academia Española, 2010)

**Gazapo:** Conejo nuevo.(Real Academia Española, 2010)

**Higiénico:** Parte de la medicina que tiene como objeto la conservación de la salud y la prevención de enfermedades.(Real Academia Española, 2010)

**Raza:** Cada uno de los grupos en que se subdividen algunas especies biológicas y cuyos caracteres diferenciales se perpetúan por herencia.(Real Academia Española, 2010)

### 2.2.2. Definición de términos operacionales

**Competidores:** Grupo de empresas u organizaciones que ofertan productos y/o servicios y confluyen en el mercado.

**Demanda:** La demanda en economía se define como la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

**Estrategia:** Es el plan amplio y general desarrollado para alcanzar los objetivos organizacionales de largo plazo; es el resultado final de la planeación estratégica.

**Mercado:** es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio formal y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

**Población:** Conjunto de todos los posibles individuos, objetos o medidas de interés.

**Proceso:** Conjunto de actividades enlazadas entre sí que, partiendo de uno o más inputs (entradas) los transforma, generando un output (resultado).



### **2.3.Marco legal**

Dentro del marco legal se ha de referenciar el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el cual fue entregado para su publicación en el Registro Oficial el 21 de Diciembre de 2010, previa a su debate en la Asamblea Nacional y aprobada por el mismo el 16 de Diciembre del mismo año.

El objetivo y ámbito de aplicación del código en el art.1 expresa que “se rigen por la presente normativa a todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional”. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, pág. 4)

El ámbito de la normativa además se aplica al proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, pasando por su transformación, distribución, intercambio comercial y consumo. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, pág. 4)

El objeto del código es la de “regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir”. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, pág. 4).

Los principales fines del código contenidos en el art. 4 son:

- Transformar la matriz productiva
- Democratizar el acceso a los factores de producción
- Fomentar la producción nacional
- Generar trabajo y empleo de calidad y dignos
- Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento
- Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder
- Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios

- Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía
- Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas
- Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abusos del poder del mercado
- Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica
- Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico
- Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador
- Potenciar la sustitución estratégica de importaciones
- Fomentar y diversificar las exportaciones
- Facilitar las operaciones de comercio exterior
- Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria
- Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas
- Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente
- Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, pág. 6)

Además el Estado será el responsable de determinar políticas, implementar instrumentos e incentivos para fomentar el desarrollo productivo; fomentando la inversión a través de:

- La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios.
- Establecimiento y aplicación de un marco regulatorio que garantice que ningún actor económico pueda abusar de su poder de mercado.
- El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad.

- La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares.
- La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país.
- La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos.
- La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Un desarrollo logístico y de infraestructura que potencie la transformación productiva.
- La producción sostenible a través de la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia.
- La territorialización de las políticas públicas productivas. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, pág. 8)

El desarrollo de la inversión productiva y de sus instrumentos se encuentra contenido en el Libro II del código, el cual define el tipo de inversiones productivas, entre las cuales se encuentran:

- Inversión productiva: flujo de recursos destinados a producir bienes y servicios.
- Inversión nueva: flujo de recursos destinados a incrementar el acervo de capital de la economía.
- Inversión extranjera: la inversión que es de propiedad de personas naturales o jurídicas extranjeras domiciliadas en el extranjero.
- Inversión nacional: Inversión que se encuentra controlada por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, o por extranjeros residentes en el Ecuador.
- Inversionista nacional: Persona natural o jurídica ecuatoriana, propietaria o que ejerce control de una inversión realizada en territorio ecuatoriano. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, pág. 10)

El máximo órgano regulador de las inversiones es el Consejo Sectorial de la Producción, según lo estipula el art. 15 del presente código.

Los derechos de los inversionistas se reconocen en el art. 19, los cuales son:

- La libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables.
- El acceso a los procedimientos administrativos y acciones de control que establezca el Estado para evitar cualquier práctica especulativa o de monopolio u oligopolios privados.
- La libertad de importación y exportación de bienes y servicios con excepción de aquellos límites establecidos en la normativa vigente.
- Libre transferencia al exterior, en divisas, de las ganancias periódicas que provengan de la inversión extranjera registrada.
- Libre remisión de los recursos que se obtengan por la liquidación total o parcial de las empresas en la que se haya realizado la inversión extranjera registrada.
- Libertad para adquirir, transferir o enajenar acciones, participaciones o derechos de propiedad sobre su inversión a terceros.
- Libre acceso al sistema financiero nacional y al mercado de valores para obtener recursos financieros.
- Libre acceso a los mecanismos de promoción, asistencia técnica, cooperación, tecnología y otros equivalentes.
- Acceso a los demás beneficios generales e incentivos previstos en este Código. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, pág. 12)

El Consejo Sectorial de la Producción ejecutará las siguientes acciones, para fomentar y fortalecer la economía popular, solidaria y comunitaria: (art. 22)

- Elaborar programas y proyectos para el desarrollo y avance de la producción nacional, regional, provincial y local; garantizando los derechos de las personas, colectividades y naturaleza.

- Apoyar y consolidar el modelo socio productivo comunitario con la elaboración de programas y proyectos con financiamiento público para: recuperación, apoyo y transferencia tecnológica, investigación, capacitación y mecanismos de comercialización y de compras públicas.
- Promover la igualdad de oportunidades a través de la concesión de beneficios, incentivos y medios de producción.
- Promover la seguridad alimentaria a través de mecanismos preferenciales de financiamiento.
- Financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, pág. 13)

Asimismo será causa de sanciones las siguientes infracciones en las que puedan incurrir los inversionistas que se hayan beneficiado de los incentivos, estas son: (art. 31)

- Incumplimiento por parte de los inversionistas de efectuar oportunamente los aportes o adquisiciones a que se hayan comprometido.
- Retiro de la totalidad o parte de la inversión, por incumplimientos de obligaciones legales o contractuales.
- Incumplimiento por parte de los inversionistas en ejecutar las condiciones mínimas de la inversión que hayan sido autorizadas.
- Cesión de la inversión, sin cumplir los requisitos y condiciones previstos reglamentariamente.
- Incumplimiento doloso comprobado por la autoridad competente.
- Falsedad comprobada judicialmente en los documentos e información proporcionada.
- Impedir o dificultar las comprobaciones de los funcionarios de las entidades del Estado.
- Cohecho o intento de cohecho a los servidores públicos encargados del control y supervisión de los beneficios reconocidos por esta normativa.
- Que hayan sido beneficiados de los incentivos quienes estén prohibidos por ley.

Con respecto a materia de comercio exterior el art. 71 del código designa al Comité de Comercio Exterior (COMEX) como el organismo que aprobará las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, cuyos deberes y atribuciones según el art. 72 son:

- Formular y aprobar las políticas y estrategias, generales y sectoriales, en materia de comercio exterior.
- Emitir dictamen previo para el inicio de negociaciones de acuerdos y tratados internacionales en materia de comercio e integración económica.
- Crear, modificar y suprimir las tarifas arancelarias.
- Revisar las tasas no arancelarias, distintas a las aduaneras, vinculadas a los procesos de comercio exterior.
- Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas.
- Expedir las normas sobre registros, autorizaciones, documentos de control previo, licencias y procedimientos de importación y exportación.
- Aprobar y publicar la nomenclatura para la clasificación y descripción de las mercancías de importación y exportación.
- Establecer los parámetros de negociación comercial internacional en materia de origen.
- Adoptar las medidas que sean necesarias para contrarrestar para las prácticas comerciales internacionales desleales.
- Conocer los informes de la Autoridad Investigadora y adoptar medidas de defensa comercial acorde con la normativa nacional e internacional vigente.
- Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior.
- Resolver los conflictos de competencia que pudieran presentarse entre los distintos organismos del sector público en materia de comercio exterior.
- Promover programas de asistencia financiera de la banca pública para los productores nacionales.

- Promover la creación de un sistema de certificaciones ambientales de productos agrícolas e industriales.
- Aprobar la normativa que, en materia de política comercial, se requiera para fomentar el comercio de productos con estándares de responsabilidad ambiental.
- Diferir, de manera temporal, la aplicación de las tarifas arancelarias generales.
- Aplicar las tarifas arancelarias externas comunes, de conformidad con los tratados de integración económica.
- Promover exportaciones e importaciones ambientalmente responsables.
- Las demás que se establezcan en este código. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, pág. 31)

## CAPITULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Diseño de investigación

La investigación a diseñarse será observacional apoyada en parámetros descriptivos transversales, aplicados una sola vez a la población de estudio y en un espacio corto de tiempo.

#### 3.2. Población de estudio y sus características

La población de estudio corresponde a la cantidad de habitantes de Alemania interesados en consumir carne de conejo importada, según datos del Portal IndexMundi (2013) al año 2012 se registró un total de 81.305.860 millones de habitantes, tal como lo muestra la siguiente tabla:

**Tabla N°2**  
**Población de Alemania Periodo 2002 - 2012**

Años	Población en # de habitantes
<b>2002</b>	83.251.850
<b>2003</b>	82.398.330
<b>2004</b>	82.424.610
<b>2005</b>	82.431.390
<b>2006</b>	82.422.300
<b>2007</b>	82.400.990
<b>2008</b>	82.369.550
<b>2009</b>	82.329.760
<b>2010</b>	82.282.990
<b>2011</b>	81.471.830
<b>2012</b>	81.305.860

**Fuente:**(Indexmundi, 2013)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

El consumo de carne de conejo está asociado a la edad, así la población de investigación a tomarse en cuenta será el grupo de más de 18 años y hasta los 64 años, de acuerdo a la siguiente distribución:



**Tabla N° 3**  
**Población según grupos de edad**

	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
0-14 años	5.569.390	5.282.245	10.851.635
15-64 años	27.227.487	26.617.915	53.845.402
65 años y más	7.217.163	9.557.634	16.774.797
<b>Total</b>	<b>40.014.040</b>	<b>41.457.794</b>	<b>81.471.834</b>

**Fuente:** (Indexmundi, 2013)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

### **3.3. Tipo y nivel de investigación**

El tipos de investigación a desarrollarse en primera instancia exploratoria, puesto que se concentrará en indagar aspectos generales sobre el mercado alemán su comportamiento y factores políticos, sociales y económicos relacionados con el consumo de carne de conejo congelada; en este mismo contexto se utilizará el método exploratorio para analizar la generalidades de la crianza de conejos y la producción de su carne en la Provincia, además de la potencialidad que la zona ofrece para el desarrollo de esta forma de actividad pecuaria.

En segunda instancia la investigación será descriptiva, puesto que se pretende comprobar la relación existente entre las variables a través de medios estadísticos, estableciendo si Alemania ofrece oportunidades para la introducción de carne de conejo de procedencia ecuatoriana.

La investigación será proyectiva, puesto que a partir de los datos históricos relacionados al consumo de carne de conejo en Alemania, se identificará el comportamiento futuro y a partir de ello se podrá concluir en las oportunidades de acceso del producto, además de permitir definir estregáis de introducción competitivas que representen una ventaja para los productores de carne conejo de la Provincia.

### 3.4.Unidad de análisis

La unidad de análisis de investigación es:

- Productores y personas que realizan crianza de ganado menor en la provincia de Santo Domingo
- Mercado de Alemania como destino de exportación (Población)
- Empresas importadoras de carne de conejo en Alemania
- Empresas exportadoras de carne de conejo en Ecuador

### 3.5.Métodos

Los métodos a aplicarse en la investigación son:

- Método Inductivo:** Permite la observación de fenómenos particulares con propósito de llegar a conclusiones generales. Este se aplicará para la recopilación de información y su análisis, estableciendo relaciones particulares entre la demanda de carne congelada de conejo y el consumo aparente en Alemania, a partir de estas relaciones se podrá concluir si existe las condiciones que garanticen que el producto tenga una aceptación y pueda ser exportado, generando rentabilidad a los productores.
- Método Deductivo:** tiene su punto de partida en la observación de fenómenos generales con el propósito de llegar a conclusiones particulares. A través de este método será posible evaluar la generalidad de la producción de carne de conejo en el Ecuador y en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en este contexto se pueden identificar aspectos específicos que contribuyan a crear el modelo de producción y exportación más adecuado para el mercado alemán. Por otro lado, este método permitirá identificar el comportamiento de consumo particular de la población entre los 15 y 64 años de edad en el país de destino.

- c. **Método Analítico:** Permite la caracterización de una parte de la temática general a tratar. Este método permitirá procesar la información recopilada de todas las fuentes disponibles, a partir de lo cual se obtendrá descripciones que contribuirán a definir la existencia de oportunidades en el mercado internacional para la carne de conejo producida en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.
  
- d. **Método Sintético:** contribuirá a sintetizar la información en informes académicos que cumplan con los requisitos exigidos para validar el proceso de titulación del autor, además consolidar en resúmenes concretos los datos que permitan aceptar o rechazar la hipótesis de que hay oportunidades comerciales para la carne de conejo en Alemania.

### **3.6.Fuentes, técnicas e instrumentos**

#### **3.6.1. Fuentes de información**

Las fuentes de información a utilizarse para la investigación serán:

- a. Secundarias: puesto que obtendrá a través de libros, textos, informes, páginas de internet, estudios y otros documentos oficiales los datos relacionados al mercado alemán sus características y comportamiento.
- b. Primarias: puesto que se realizará levantamiento de información a través de encuestas sobre la producción de conejo y la potencialidad de su tecnificación en Santo Domingo de los Tsáchilas

#### **3.6.2. Técnicas**

La técnica a utilizarse para la investigación es la observación y aplicación de entrevistas a personas relacionadas con el proceso de producción y exportación de carne al mercado internacional.

### **3.6.3. Instrumentos**

El instrumento a utilizarse será la guía de observación y la guía de entrevista a profundidad.

### **3.7. Organización de la información**

La información se organizará de forma sistemática en correspondencia con la guía propuesta por la Universidad para la presentación de informes finales de tesis, se utilizarán tablas y gráficos para esquematizar los datos de forma que sean de fácil comprensión para los lectores. La información se clasificará según temáticas en varios capítulos.

### **3.8. Tratamiento de la información secundaria**

Analizar las perspectivas comerciales de un mercado externo, implica definir con exactitud su comportamiento en correspondencia a datos secundarios que son proporcionados por entidades oficiales o repositorios de cada uno de los países. Para el caso del proyecto la información concerniente a datos de consumo, gustos y preferencias, estructura del mercado y tendencia de precio se han analizado a partir de datos proporcionados por portales como TRADEMAP, EXPORT HELPDESK, MARKET ACCESS MAP; complementados con descripciones del comercio exterior de Alemania con relación al Ecuador investigadas en PROECUADOR y el Banco Central del Ecuador; y en materia de producción de ambos países en datos proporcionados por la FAO. Esta información se ha esquematizado y procesado conforme el análisis del producto Carne de Conejo Congelada, identificándose la partida arancelaria de exportación, las estadísticas de consumo en el mercado de destino, y las estadísticas de producción y exportación del Ecuador.

### **3.9. Metodología para la determinación de la demanda insatisfecha en el mercado externo**

La determinación de la demanda insatisfecha en el mercado externo se establece a través del concepto de Consumo Nacional Aparente, que según Baca (2005), tiene que ver con la cantidad de un bien o servicio que demanda un mercado, su fórmula de cálculo es:

$$CNA = P + M - X$$

Donde,

CNA= Consumo Nacional Aparente

P= Producción Nacional del bien o servicio

M= Importaciones

X= Exportaciones

Esta fórmula permite establecer la cantidad de consumo de carne de conejo en el mercado alemán y a partir de ésta, estimar un promedio de consumo por persona, que indique si en el futuro el mercado demandará en mayor o menor medida el producto.

### **3.10. Proyecciones de datos de consumo y población**

Para la determinación futura del consumo en el mercado se requiere proyectar las cifras obtenidas del consumo aparente y sus componentes, para ello el método aplicarse es la Regresión Lineal Simple, parte de los Métodos Causales, cuyo fin es proyectar las variables de mercado a través de datos cuantitativos históricas, partiendo del concepto de que todas las variables del mercado permanecen estables a lo largo del tiempo. (Barreno, 2004)

El Modelo de regresión lineal simple pronostica el comportamiento de una variable dependiente en función de una independiente, usualmente la metodología se aplica para la proyección de la producción nacional de un bien o servicios, de la importaciones y/o de las exportaciones del mismo bien, considerándose estas como dependientes de la variable tiempo (independiente).

Esta metodología se apoya en la ecuación lineal, que expresada matemáticamente es:

$$Y'c = a + bx$$

De acuerdo a lo expuesto por Barreno (2004),  $Y'c$ , es el valor estimado para la variable dependiente a un valor específico de la variable independiente X, los factores a y b son equivalentes a:

$$a = \frac{\sum Y}{N}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum x^2}$$

### 3.11. Recolección de la información primaria

Para la recolección de la información primaria se utilizó una guía de entrevista la misma que se aplicó al Experto Fernando Berrones, productor reconocido de carne de conejo para distribución nacional, a continuación se muestra la guía utilizada:

<b>GUÍA DE ENTREVISTA</b>		
<b>Entrevistado:</b> Fernando Berrones – Propietario “ El Palacio del Conejo”		
<b>Metodología</b>	<b>de</b>	<b>entrevista:</b>
Directa - Escalonada		
<b>Saludo:</b> La presente entrevista busca conocer el entorno de la producción de carne de conejo y el potencial que tendría esta actividad productiva en Santo Domingo de los Tsáchilas, con fines de exportación a los mercados internacionales		
<b>Preguntas:</b>		
a. ¿Considera que el Ecuador tiene potencial para el desarrollo de la cunicultura?		
b. ¿Qué se requiere para poner en marcha un negocio de crianza de conejo con fines de producción de carne?		
c. ¿Qué potencial de exportación tiene la carne de conejo?		
d. ¿Usted ha exportado carne de conejo al exterior? ¿Por qué?		
e. ¿Qué le recomendaría a un productor que empieza con la producción de carne de conejo?		
f. ¿Qué ventajas tendría para un productor pequeño criar conejos para carne?		

La técnica utilizada para el desarrollo de la entrevista fue directa – escalonada, es decir que el entrevistado conoce previamente la temática que se quiere desarrollar y el fin que tiene la investigación, de ahí que las preguntas a desarrollar parten desde la visión general del tema y en lo posterior llegan a descripciones específicas.

### **3.12. Análisis e interpretación de los datos**

El análisis e interpretación de los datos se ha desarrollado en correspondencia a la información recopilada a través de las fuentes secundarias y por medio de la entrevista, esta información se ha procesado en tablas y gráficos estadísticos que describen la situación del mercado Alemán en función del consumo de carne de conejo congelada y el entorno de la producción en el Ecuador y las ventajas en la provincia de Santo Domingo de los Colorados. La interpretación de los datos se utiliza como insumo para la elaboración de la propuesta que incluye la identificación del proceso productivo idóneo para la provincia y los aspectos de mercado y estrategias que se necesitan para consolidar el proceso de exportación y que este llegue a ser exitoso.

En este contexto también se abordan las condiciones de negociación sugeridas a través de la descripción de los INCOTERMS, la determinación de los requisitos de ingreso y el precio promedio pagado por cada kilogramo de conejo congelado en el mercado de destino; se identifica las restricciones y finalmente se elabora un presupuesto referencial para la exportación del conejo hacia Alemania, este tendrá en cuenta el embalado, cubicaje y costo de transporte según las condiciones exigidas por los importadores.

Finalmente, se describen las estrategias a implementar para consolidar el proceso de producción y exportación de carne de conejo congelada en la Provincia de Santo Domingo.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se abordan los datos referentes a la investigación desarrollada para la identificación de oportunidades comerciales para la carne de conejo en el mercado alemán, la información se divide en dos partes; la primera que toma en consideración el análisis del mercado de destino de exportación respecto del consumo aparente; y posteriormente, se exponen los resultados de las entrevistas a realizadas a expertos en crianza de conejos y productores de carne.

#### 4.1.Hipótesis

##### 4.1.1. Hipótesis o idea a defender

La hipótesis formulada para el desarrollo de la investigación es correlacional – causal, lo que implica que existe una relación entre las variables. La hipótesis es:

##### **Hipótesis nula**

*H0: El mercado alemán presenta oportunidades comerciales para la producción y exportación carne de conejo congelada producida en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas*

##### **Hipótesis alterna**

*H1: El mercado alemán presenta oportunidades comerciales para la producción y exportación carne de conejo congelada producida en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas*



#### **4.1.2. Hipótesis específicas**

##### **Hipótesis específica 1**

Existen suficientes productores para garantizar una oferta exportable de la carne de conejo en Santo Domingo de los Tsáchilas.

##### **Hipótesis específica 2**

La demanda insatisfecha en el consumo de la carne de conejo del mercado Alemán identifica oportunidades para la exportación de la carne de conejo producida en Santo Domingo de los Tsáchilas

##### **Hipótesis específica 3**

Las barreras arancelarias y no arancelarias no representan una amenaza para la carne de conejo procedente de Ecuador permitiendo su ingreso al mercado alemán.

#### **4.1.3. Variables del estudio**

- **Variable Independiente:** Oportunidades comerciales en el Mercado de Alemania.
- **Variable Dependiente:** Producción y exportación de carne de conejo congelada desde la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

#### **4.2. Ubicación y descripción de la información empírica pertinente a la hipótesis**

Los datos recopilados para dar cumplimiento a la hipótesis se han concentrado en definir la demanda insatisfecha el mercado alemán respecto al consumo de carne de conejo, además la estimación de la producción que puede consolidar la Provincia de Santo Domingo de Los Tsáchilas en correspondencia a la cantidad de fincas productores de ganadería menor, Oferta exportable y porcentaje de cabezas de ganado destinadas para la producción.

#### 4.2.1. Demanda insatisfecha de carne de conejo en el mercado alemán

La demanda insatisfecha se obtiene del Consumo Nacional Aparente (CNA), el mismo que relaciona la producción local del producto, con las importaciones y exportaciones en toneladas, los datos utilizados para este cálculo fueron consultados en la FAO (2013) y TRADEMAP (2013). La partida utilizada para la obtención de la información fue la 0208100000 que corresponde a Carne de Conejo o Liebre congelada.

**Tabla N° 4**  
**Consumo Nacional Aparente de Carne de Conejo en Alemania**

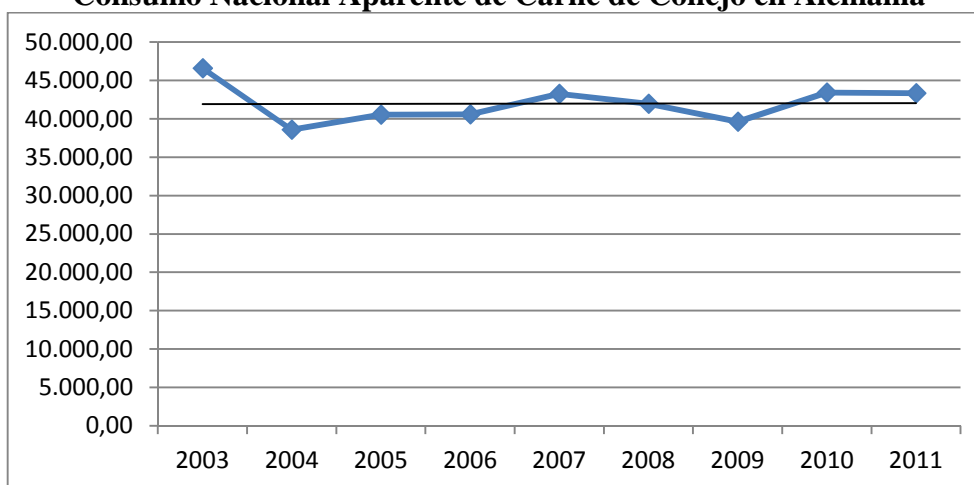
<b>Años</b>	<b>Producción de carne de conejo en toneladas</b>	<b>Importaciones de carne de conejo en toneladas</b>	<b>Exportaciones de carne de conejo en toneladas</b>	<b>Consumo Aparente en toneladas</b>
<b>2003</b>	40.560,00	6.616,00	585,00	46.591,00
<b>2004</b>	33.000,00	6.420,00	832,00	38.588,00
<b>2005</b>	32.772,00	8.689,00	932,00	40.529,00
<b>2006</b>	32.000,00	8.994,00	419,00	40.575,00
<b>2007</b>	34.991,00	9.017,00	742,00	43.266,00
<b>2008</b>	33.600,00	8.892,00	548,00	41.944,00
<b>2009</b>	35.000,00	5.273,00	665,00	39.608,00
<b>2010</b>	37.500,00	6.715,00	802,00	43.413,00
<b>2011</b>	37.500,00	6.542,00	704,00	43.338,00

Fuente:(FAO, 2013) / (TRADE MAP, 2013)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

El consumo aparente entre los año 2003 y 2013 ha tenido múltiples variaciones entre el año 2009 y 2011 se evidencia una recuperación llegando de 39.608 toneladas a 43.338 toneladas siendo la mejor recuperación desde el consumo registrado al inicio de la serie histórica.

**Gráfico N° 1**  
**Consumo Nacional Aparente de Carne de Conejo en Alemania**



**Fuente:**(FAO, 2013) / (TRADE MAP, 2013)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Para identificar la demanda insatisfecha se muestra la proyección del consumo nacional aparente, producto de la aplicación del método de regresión lineal, cálculos que se muestran en el Anexo N° 3.

**Tabla N° 5**  
**Proyección del Consumo Nacional Aparente de Carne de Conejo en Alemania**

Años	Producción de carne de conejo en toneladas	Importaciones de carne de conejo en toneladas	Exportaciones de carne de conejo en toneladas	Consumo Aparente en toneladas
2012	35.823,33	6.933,25	690,53	42.066,06
2013	35.945,27	6.827,50	690,21	42.082,56
2014	36.067,20	6.721,75	689,89	42.099,06
2015	36.189,13	6.616,00	689,58	42.115,56
2016	36.311,07	6.510,25	689,26	42.132,06
2017	36.433,00	6.404,50	688,94	42.148,56
2018	36.554,93	6.298,75	688,63	42.165,06
2019	36.676,87	6.193,00	688,31	42.181,56
2020	36.798,80	6.087,25	687,99	42.198,06

**Fuente:**(FAO, 2013) / (TRADE MAP, 2013)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Se observa, que el CNA crece paulatinamente aunque en pequeña medida hasta el año 2020, la variación en el crecimiento del 0,03%. Esto demuestra es la existencia de

demanda insatisfecha en el mercado, para confirmarlo a continuación se muestra el cálculo del consumo per cápita de carne de conejo.

**Tabla N° 6**  
**Proyección del Consumo Nacional Aparente de Carne de Conejo en Alemania**

<b>Años</b>	<b>Consumo Aparente en toneladas</b>	<b>Población</b>	<b>Demanda per cápita en kilogramos</b>
<b>2012</b>	42.066,06	81.305.860,00	0,5174
<b>2013</b>	42.082,56	81.517.959,00	0,5162
<b>2014</b>	42.099,06	81.389.567,00	0,5173
<b>2015</b>	42.115,56	81.261.175,00	0,5183
<b>2016</b>	42.132,06	81.132.783,00	0,5193
<b>2017</b>	42.148,56	81.004.391,00	0,5203
<b>2018</b>	42.165,06	80.875.998,00	0,5214
<b>2019</b>	42.181,56	80.747.606,00	0,5224
<b>2020</b>	42.198,06	80.619.214,00	0,5234

**Fuente:**(FAO, 2013) / (TRADE MAP, 2013)  
**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Según los datos investigados, el consumo per cápita fue de 0,51 kilogramos en el periodo 2003 – 2011, según la proyección realizada y de conformidad a la proyección poblacional se estima que el consumo per cápita sea de 0,5195 kilogramos, dando un crecimiento de 0,0095 kilogramos por persona al año.

#### **4.2.2. Capacidad de producción de carne de conejo en Santo Domingo de los Tsáchilas**

La estructura productiva de Santo Domingo de los Tsáchilas, muestra que el 5% de las fincas pertenecen a pequeños productores con menos de 20 hectáreas que equivalen a un total de 4.213 UPA's, el 37% de la superficie de la provincia corresponden a medianos productores con tierras superiores a las 20 y 100 hectáreas, finalmente el 56% del total de tierras superas las 100 hectáreas concentrando la mayor parte de las 301.967 hectáreas productivas en la provincia.(Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, pág. 25)

Los datos relacionados con la producción de conejo en la Provincia, son reducidos, de acuerdo al III Censo Nacional Agropecuario (2001), a Santo Domingo le correspondió una producción de 821 UPA's<sup>1</sup> con un total promedio de 4.735 conejos en crianza, de los cuales el 63,3% se concentran en productores que poseen entre 0,1 y menos de 2 hectáreas como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla N° 7**  
**Crianza estimada de conejos en Santo Domingo de Los Tsáchilas según el III Censo Nacional Agropecuario**

<b>Extensión de terreno productivo</b>	<b>UPA's</b>	<b>Número</b>	<b>Participación porcentual</b>
Menos de 5 hectáreas	2	16	0,34%
De 1 hasta menos de 2 has.	6	54	1,14%
De 2 hasta menos de 3 has.	4	10	0,21%
De 3 hasta menos de 5 has.	28	171	3,61%
De 5 hasta menos de 10 has.	39	226	4,77%
De 10 a menos de 20 has.	79	411	8,68%
De 20 hasta menos de 50 has.	99	449	9,48%
De 50 hasta menos de 100 has.	60	387	8,17%
De 100 hasta menos de 200 has.	117	699	14,76%
De 200 hectáreas y mas	387	2314	48,85%
<b>TOTAL</b>	<b>821</b>	<b>4737</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:**(MAGAP, 2001)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

La producción local está asociada a pequeños productores que se muestran dispersos en y que deben crear asociaciones o gremios de productores con miras a industrializar la crianza de conejo.

Para conocer la proyección futura de la crianza de conejos se ha aplicado el método del monto como parte de las formas de proyección por extrapolación (Miranda, 2005), para la proyección se ha utilizado un tasa del 2% de crecimiento anual, porcentaje estimado de las estadísticas propuestas por la FAO respecto del número de animales que participan de los proceso de producción con fines cárnicos; en tal virtud se define que la oferta futura puede ser de:

---

<sup>1</sup> Unidad Productiva Agropecuaria

**Tabla N° 8**  
**Oferta productiva actual comparada con la oferta tecnificada esperada para exportación, en número de conejos y kilogramos en Santo Domingo de los Tsáchilas**

<b>Años</b>	<b>Proyección del número de conejos en crianza en Santo Domingo</b>	<b>Estimación de la producción tecnificada de carne en número de animales</b>	<b>Peso en toneladas</b>
2002	4.763,00		
2003	4.788,00		
2004	4.814,00		
2005	4.840,00		
2006	4.867,00		
2007	4.893,00		
2008	4.919,00		
2009	4.946,00		
2010	4.973,00		
2011	5.000,00		
2012	5.027,00		
2013	5.054,00	23.400,00	23,4
2014	5.081,00	23.400,00	23,4
2015	5.109,00	23.400,00	23,4
2016	5.137,00	23.400,00	23,4
2017	5.164,00	23.400,00	23,4
2018	5.192,00	23.400,00	23,4
2019	5.221,00	23.400,00	23,4
2020	5.249,00	23.400,00	23,4

**Fuente:**(MAGAP, 2001)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Se estima que la producción actual (2013) de conejo para consumo de carne a nivel local es de 5054 animales, y se proyecta hasta el 2020 a 5249 animales, criados por pequeños productores locales. La producción en parámetros tecnificados puede llegar a 23.400 animales en promedio a 1 kilogramo de carne por animal se obtiene una oferta de 23,4 toneladas.

En cuanto a la exportación nacional, la oferta nacional es nula, hasta el año 2012 no se registran exportaciones de carne de conejo, según TRADEMAP (2013) el registro de exportaciones desde Ecuador a Alemania bajo la partida 0208100000, es el siguiente:

**Tabla N° 9**  
**Registro de exportaciones de carne de conejo desde Ecuador a Alemania en miles de dólares**

Código del producto	Descripción del producto	Alemania importa desde Ecuador			Alemania importa desde el mundo		
		Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012
281090	Carne de Conejo o liebre refrigerada o congelada	0	0	0	30.642	31.488	28.062

Fuente:(TRADE MAP, 2013)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Los precios en el mercado alemán para la carne de conejo oscilan entre los 9,5 Euros y 15 Euros por cada kilogramo de carne congelada, en casos como el conejo importado de Francia el precio por kilogramo puede llegar a los 20,99 euros el kilogramo de conejo. (ICEX, 2010)

Según datos del Propietario del Palacio del Conejo el precio a la fecha del kilo de carne de conejo en el mercado ecuatoriano oscila entre los 9 dólares y 9,75 dólares, aproximadamente 7,40 euros con una rentabilidad por kilo del 40% según la fuente consultada; teniendo en cuenta el precio promedio de 12,5 euros el kilogramo de carne de conejo en el mercado alemán se puede concluir que existe un margen de contribución de al menos 5,5 euros por kilo de los cuales se deberá descontar los costos de transporte a puerto y adicionar el valor pagado por concepto de transporte, seguro, gastos financieros y trámites administrativos para desaduanización a cargo del importador en condiciones FOB. A pesar de ello el margen evidencia una ventaja competitiva para la carne producida en Santo Domingo.

#### **4.2.3. Barreras de ingreso del producto al mercado**

Según la consulta realizada a través del Portal TRADEMAP (2013), la partida 0208100000 correspondiente Carne de conejo o liebre refrigerada o congelada, el producto procedente del Ecuador se acoge tanto al régimen arancelario de Nación Más

Favorecida o al Sistema General de Preferencias (SGP), a continuación se muestra según cada uno los valores correspondientes a los aranceles a pagar:

**Cuadro N° 2**  
**Regímenes arancelarios a los que se sujeta la exportación de carne de conejo desde Santo Domingo de los Tsáchilas al mercado alemán.**

<b>Partida Arancelaria</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Régimen Arancelario</b>	<b>Tarifa aplicada</b>	<b>Valor ad valorem</b>
208100000	Carne de conejo fresca, refrigerada o congelada	NMF (Aplicada)	6.4%	6.4%
		Sistema General de Preferencias para los países beneficiarios del régimen especial de estímulo para el desarrollo sostenible	0%	0%

Fuente:(TRADEMAP, 2013)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

#### **4.2.4. Información recolectada sobre la producción y potencial de exportación de la carne de conejo**

##### **4.2.4.1. Entrevista a profundidad**

Para definir la oferta exportable se ha realizado una entrevista al señor Fernando Berrones, pequeño criador de conejos para producción de carne y propietario del Palacio del Conejo, los resultados de la entrevista realizada se muestran a continuación:

##### **a. ¿Considera que el Ecuador tiene potencial para el desarrollo de la cunicultura?**

La cunicultura es una actividad muy valorada en otros lugares, acá no existen muchas personas dedicadas a esto, probablemente por el desconocimiento o porque en muchos casos se cría al conejo como mascota o para consumo propio. En otros países de América Latina, el consumo de carne sustituye a la de ganados tradicionales como la vaca, cerdo y ave. En nuestro medio es sumamente bajo el consumo local.



El país tiene un gran potencial para el desarrollo de la crianza de conejo con el fin de obtener carne, aunque falta absolutamente todo, los estudio son pocos, la información sobre sectores productivos es limitada, en su mayoría las personas prefieren ganado mayor que les aporte además de carne, leche o huevos.

**b. ¿Qué se requiere para poner en marcha un negocio de crianza de conejo con fines de producción de carne?**

Bueno, el primer paso es definir un terreno con aptitud para la instalación de las conejeras; el segundo y de hecho el más importante, es conseguir la pareja de la especie adecuada los tipos de conejos utilizados para carne son el Californiano o Neozelandés; esto es sumamente importante puesto que a veces las personas piensan que cualquier especie puede servir como alimento y eso genera problemas en el consumo. En tercer lugar está el alimento, el balanceado tiene que ser el idóneo para el animal, en este hay múltiples marcas como: Wayne, Nutril y Pronaca para conejos y cuyes, se debe alimentar al conejo dos veces por día, la cantidad diaria es de 200 gramos con esto se garantiza un conejo fuerte. En cuarto lugar está el seguimiento veterinario, una vez al mes cada conejo en fase productiva debe ser revisado y se le inyecta *ivermectina*, complejo para el control de parásitos además se le da *pecutrin* que es principalmente vitamina E, esto les ayuda al pelaje y la piel, especialmente si posterior al faenamamiento se quiere realizar artesanías.

La reproducción se da cada tres semanas y por cada pareja se obtienen en promedio 8 crías, lo que en condiciones normales de cuidado le lleva a un similar número de animales válidos para su industrialización.

A parte de los aspectos técnicos, hay que tener en cuenta la demanda; por ejemplo, la mayor parte de conejos en pie que se venden en Santo Domingo de los Tsáchilas son para utilizarlos como mascotas, es limitada la demanda local de conejos para el consumo, aunque si existe es muy poco común, principalmente porque la gente de las fincas prefiere mantener su propia producción.

**c. ¿Qué potencial de exportación tiene la carne de conejo?**

El consumo en Europa es sumamente alto, países como Argentina y Uruguay exportan gran parte de su producción, países como Francia poseen un consumo habitual y con gran proyección de crecimiento especialmente porque se usa en vez de la carne de otros animales.

**d. ¿Usted ha exportado carne de conejo al exterior? ¿Por qué?**

No he exportado la carne de conejo, la razón principal es las necesidades de capital para la instalación del camal, ya que actualmente los animales se los faena artesanalmente, los residuos se usa como abono para tierras productivas en el terreno donde se ubican las conejeras. Sin embargo, el potencial de esto como negocio si es que se tiene una planta es alto.

Yo, he realizado estudios sobre como exportar, de hecho tengo información que puede facilitar esta actividad.

**e. ¿Qué le recomendaría a un productor que empieza con la producción de carne de conejo?**

Las recomendaciones en general serían que tenga cuidado con el *pie de cría*<sup>2</sup>, puesto que en el país se ha ido perdiendo determinadas especies y a veces los animales no tienen las características que se requiere para una producción adecuada. Bueno, también está de por medio el cuidado y preparación del terreno, además de saber a dónde vender; si no se mira esto, luego pueden dañar el mercado o quedarse con los conejos y el control es relevante puesto que la alimentación crece conforme al crecimiento del animal.

---

<sup>2</sup> Animal utilizado como base para el inicio de la crianza de ganado, para el caso utilizado por el Sr. Fernando Berrones en la crianza de conejo.

**f. ¿Qué ventajas tendría para un productor pequeño criar conejos para carne?**

Mmmm, bueno, creo que empezaré por las desventajas; la primera es el acceso a especies en pie de buen rendimiento, superado ese tema sería el cuidado puesto que los animales son susceptibles de estrés, en especial cuando están con otros animales que puedan estar molestándolos en especial en las fincas pequeñas donde se acostumbra tener muchos perros u otros animales sin cercar.

En cuanto a ventajas, la principal sería que la oferta es baja y no hay tantos competidores, a pesar de que existimos productores, nuestro alcance no es mayor por temas de inversión; otra ventaja, es la que me dijo usted anteriormente, que es la de la poder exportar, aunque eso requiere de buscar información y así tratar de colocar el producto.

Como parte de recolección de información para definir si es factible la posibilidad de exportar carne de conejo a Alemania, se aplicó la misma entrevista al Doctor Veterinario Hugo Narváez, Director Provincial del INIAP en Santo Domingo de los Tsáchilas, del cual se obtuvo las siguientes respuestas:

**a. ¿Considera que el Ecuador tiene potencial para el desarrollo de la cunicultura?**

Yo creo que sí, el país tiene un gran potencial en el desarrollo de la cunicultura, hoy en día el Consejo Provincial de Santo Domingo está motivando a pequeños productores a que se dediquen a la actividad de la cunicultura, incluso existen galpones donde ya se está produciendo el cuy, hay que ver que la producción es baja, pero también podemos decir que ya existe un mercado para la venta de este producto.

También podemos decir que existen muchos factores favorables para la crianza de conejos porque tenemos el material vegetal como el maíz y la cebolla.

**b. ¿Qué se requiere para poner en marcha un negocio de crianza de conejo con fines de producción de carne?**

Primero y sobre todo creo yo es dar a conocer a las personas los valores nutritivos que tiene la carne de conejo y promocionar, haciendo degustaciones, para que las personas accedan a la carne de conejo y deje de a un lado otros tipos de carne que no son tan buenas para la salud como la carne de cerdo incluso la del pollo que no tienen la alimentación adecuada.

Segundo es contar con las instalaciones adecuadas para la crianza de este animalito, es muy importante adecuar el lugar porque en Santo Domingo existe mucha humedad y esto podría afectar la producción.

Tercero suministrar el alimento adecuado, tener conocimiento que tipo de alimentación es la adecuada y saber cada qué tiempo este animalito debe comer por día para que el animalito no sufra ninguna enfermedad.

**c. ¿Qué potencial de exportación tiene la carne de conejo?**

La carne de conejo es muy apetecible en otros países incluso existe consumo en países como Costa Rica Nicaragua, España, Italia, Alemania entre otros.

El consumo no es tal alto creo yo pero mientras haya demanda de este producto y exista un mercado donde consuman este producto puede tener un gran potencial.

**d. ¿Usted ha exportado carne de conejo al exterior? ¿Por qué?**

No he exportado primero porque no soy un productor de este animal, para exportar la carne de conejo se necesita tener todos los recursos necesarios como las instalaciones adecuadas, maquinaria, entre otros.

Eso no quiere decir que no sea un negocio rentable al contrario sería un buen negocio ya que la reproducción de este animalito es rápida, cada tres semanas se obtienen resultados de crías.

**e. ¿Qué le recomendaría a un productor que empieza con la producción de carne de conejo?**

Primero que se asegure que va a tener un mercado para su producción.

Segundo la asistencia técnica, la capacitación es muy importante sabemos que el conejo es un animalito que necesita de cuidado por eso es necesario que tenga buenas instalaciones, que tenga un buen manejo, el productor debe estar bien capacitado para solucionar todos sus problemas.

Tercero si tuviera la posibilidad de un crédito que le permita mantener una producción adecuada para el posicionamiento de un mercado.

**f. ¿Qué ventajas tendría para un productor pequeño criar conejos para carne?**

Una diría yo que la alimentación no es muy costosa desde luego hecha ya sus instalaciones.

Segundo alta tasa de reproducción, esto le permite al productor tener una producción estable.

Tercera la utilización de los sub productos en este caso la piel de conejo que es utilizada para varias cosas como chompas bolsos, entre otros también podemos decir que del conejo se utiliza todo incluso los intestinos de este animalito es utilizado en la medicina mediante un tratamiento lo hacen para producir sutura.

**Tabla N° 10**  
**Matriz de coincidencias y relevancias de las entrevistas**

<b>Preguntas</b>	<b>Coincidencias</b>	<b>Relevancias</b>
<b>¿Considera que el Ecuador tiene potencial para el desarrollo de la cunicultura?</b>	Producción baja. Desconocimiento, falta de información. Gran potencial para el desarrollo. Factores favorables.	Es una actividad poco valorada. Carne sustituye a las de ganado tradicional. Programas de incentivo en Santo Domingo. Mercado en crecimiento.
<b>¿Qué se requiere para poner en marcha un negocio de crianza de conejo con fines de producción de carne?</b>	Instalaciones adecuadas. Alimentación adecuada. Control de enfermedades.	Promoción sobre los valores nutritivos de la carne de conejo. Información sobre el aprovechamiento de la piel. Demanda de carne de conejo en Santo Domingo.
<b>¿Qué potencial de exportación tiene la carne de conejo?</b>	El consumo en el exterior es alto, en América Central y en Europa es de consumo habitual.	Demanda en crecimiento en reemplazo a otro tipo de carnes.
<b>¿Usted ha exportado carne de conejo al exterior? ¿Por qué?</b>	No se ha realizado exportaciones. Recursos necesarios. Instalaciones adecuadas. Alto potencial en el negocio de la exportación.	Trámites necesarios para la implementación de un camal destinado para el efecto.
<b>¿Qué le recomendaría a un productor que empieza con la producción de carne de conejo?</b>	Asegurarse de que exista un mercado. Buenas instalaciones. Capacitación técnica.	Posibilidad de acceso a crédito para mantener la producción destinada al mercado.
<b>¿Qué ventajas tendría para un productor pequeño criar conejos para carne?</b>	N/C	Alimentación no muy costosa. Oferta baja y pocos competidores. Posibilidad de exportación. Utilización para subproductos.

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Tal como se especifica en las respuestas de los entrevistados, el panorama de exportación de la carne de conejo es amplio, primero por la capacidad reproductora del animal, segundo por el alto consumo que se presenta a nivel mundial, además la carne de conejo muestra mejores beneficios con respecto a las carnes de res o pollo. Las dificultades que se presentan para iniciar la actividad son sin duda con respecto a las instalaciones necesarias para el levantamiento del galpón de crianza y el camal de faenamiento.

### **4.3.Comprobación / desaprobación de la hipótesis**

#### **4.3.1. Hipótesis general**

La hipótesis planteada en el estudio fue:

##### **Hipótesis nula**

*H0: El mercado alemán presenta oportunidades comerciales para la producción y exportación carne de conejo congelada producida en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.*

##### **Hipótesis alterna**

*H1: El mercado alemán presenta oportunidades comerciales para la producción y exportación carne de conejo congelada producida en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.*

En función de la información expuesta se rechaza la hipótesis nula, confirmándose que el mercado alemán muestra oportunidades para la exportación de carne de conejo congelada desde Santo Domingo de los Tsáchilas. En tal virtud se aceptan también las hipótesis específicas.

#### **4.3.2. Hipótesis específicas**

**Hipótesis específica 1:** *Existen suficientes productores para garantizar una oferta exportable de la carne de conejo en Santo Domingo de los Tsáchilas.*

A pesar de que los productores se encuentran dispersos y son heterogéneos, la implementación de una producción tecnificada en las fincas con extensiones menores a dos hectáreas que representan el 48,85% del total de las tierras productivas agropecuarias de Santo Domingo siendo en total 2.314, que en conjunto producen actualmente, sin condiciones técnicas, entre 5000 y 5100 animales para autoconsumo. (MAGAP, 2001)

Las condiciones climáticas del país y en general de la Provincia de Santo Domingo permiten la crianza de conejos, a decir del entrevistado el potencial de producción es sumamente alto, más aun si se lo realiza a nivel de pequeños productores, pues es más fácil el control y cuidado del animal, de tal forma que se puede cumplir con condiciones de calidad exigidas en los mercados internacionales. Es además importante recalcar que la actividad es incipiente en la mayor parte del Ecuador, de ahí que su posibilidad de crecimiento sea alta.

Esto evidentemente permite que concluir que existen la cantidad suficiente de productores pequeños que orientar parte de su actividad productiva a la crianza y faenamiento del conejo para exportación.

**Hipótesis específica 2:** *La demanda insatisfecha en el consumo de la carne de conejo del mercado Alemán identifica oportunidades para la exportación de la carne de conejo producida en Santo Domingo de los Tsáchilas.*

En función del cálculo del Consumo Nacional Aparente de carne de conejo en Alemania, se puede afirmar que la hipótesis se acepta, pues se estima que entre el año 2003 y 2011 en este mercado se consumieron un promedio de 41.900 toneladas de carne de conejo, siendo la producción nacional la cifra de mayor aporte y de mayor decrecimiento hacia los últimos años de la serie histórica; complementariamente las importaciones tienden a mantenerse en el rango de 6.500 toneladas.

La proyección futura muestra que el consumo aparente para los próximos 10 años estará en el rango de las 42.100 toneladas con un consumo per cápita de 0,52 kilogramos por habitante al año.

Complementaria a esta información, la entrevista aporta con datos relevantes sobre los mercados de Europa, confirmando que el consumo en general en toda la zona euro es alto.



**Hipótesis específica 3:** *Las barreras arancelarias y no arancelarias no representan una amenaza para la carne de conejo procedente de Ecuador permitiendo su ingreso al mercado alemán.*

Las exigencias del mercado alemán evidencian que el producto de procedencia ecuatoriana puede ingresar sin restricciones arancelarias, siempre que aplique el régimen arancelario del SGP, que según la fuente TRADEMAP es aplicable; a esto se le debe sumar los requisitos de ingreso que tienen que ver con el certificado de origen certificado sanitario, además de garantía de calidad en los procesos de manufactura, tanto en la crianza como en el faenamiento.

De esta manera se puede comprobar que existen condiciones idóneas para la exportación, confirmando que las perspectivas son positivas y la actividad productiva puede generar un impacto positivo en los pequeños productores de la Provincia.

#### **4.4. Conclusiones parciales**

1. La producción de carne de conejo en Alemania es una actividad de altos niveles de rendimiento, la mayor parte del consumo interno está satisfecho con esta actividad.
2. A pesar de la importante cantidad de toneladas producidas localmente, estas no satisfacen el consumo total del país, de ahí que las importaciones de carne de conejo representen un negocio relevante en cuanto a volumen de consumo.
3. Las exportaciones son reducidas y no representan una amenaza a la intención de exportar por parte de productores ecuatorianos.
4. El consumo per cápita de carne de conejo en Alemania es de 0,51 kilogramos por persona en un mercado de más de 81 millones de habitantes y se proyecta a 0,52 kilogramos en al menos 10 años.

5. Los criadores de conejos en Santo Domingo son en su mayoría pequeñas fincas que se encuentran dispersas a lo largo del territorio y que poseen los animales para autoconsumo.
6. No se registran exportaciones por parte del Ecuador al mercado alemán en la partida de carne de conejo al año 2012, indicando que es un mercado nuevo y con potencial para el desarrollo de actividades productivas.
7. El total de animales sin contar con condiciones tecnificadas de producción es de 5.054 conejos al 2013 y se proyecta a 5.249 hacia el 2020.
8. Según Berrones, la cunicultura es una actividad inexplorada en el Ecuador, se registran pocos criadores y menos personas con intenciones de industrialización a pesar de que el país posee las condiciones idóneas para la actividad.
9. El experto entrevistado, afirma que la demanda de carne de conejo en países como Alemania, Francia e Italia es de las más importantes del mundo.
10. El margen de contribución que tiene los importadores es de al menos 5,5 euros por kilogramo de carne producido en Ecuador, el costo de producción es de 7,5 euros por kilogramo de carne.

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1. Título de la propuesta**

Perspectivas comerciales para la exportación de carne de conejo desde Santo Domingo de los Tsáchilas al mercado de Alemania

#### **5.2. Justificación**

Santo Domingo de los Tsáchilas es una población eminentemente ganadera, dentro de las principales actividades económicas realizadas en la Provincia, el 27% de la población realiza esta actividad. La actividad se concentra principalmente en la ganadería denominada mayor o de animales grandes, en las que ingresan las especies bovinas, porcinas y equinos.

La presente propuesta de tesis tiene como fin exponer, en función de los resultados obtenidos en el levantamiento de información entre los productores, las condiciones para el desarrollo de la ganadería menor con fines de industrialización.

Proponer el desarrollo de una industria relacionada con el potencial cárnico de conejo nace de la necesidad de dinamizar la economía local de la Provincia, y contribuir al cambio de las actividades productivas, dejando de lado la especialización en la producción de materias primas, en pro de identificar oportunidades para el desarrollo de actividades de valor agregado y que además tengan un futuro en mercados internacionales.

El Gobierno Nacional, se encuentra en el proceso de cambio de la Matriz Productiva Nacional, cuyo fin es garantizar una adecuada industrialización de los sectores productivos, con una visión de competitividad que permita al país competir a nivel internacional y garantizar un adecuado posicionamiento de las empresas nacionales en dichos mercados.

La carne de conejo, es un producto de gran demanda en el mercado europeo; países como España, Italia, Francia y Alemania, lideran el consumo, que no llega a ser satisfecho en su totalidad por la producción nacional. En el Ecuador la producción de carne de conejo se puede considerar insipiente y de muy poca relevancia comercial, a pesar de tener las condiciones físicas y climáticas para garantizar una producción ganadera importante en esta especie. Se han registrado a penas dos o tres proyectos de relevancia respecto a la industrialización de conejo; de ellos, al menos dos trabajan en la fabricación de prendas de vestir a partir de piel de conejo, sin consolidar la industrialización de la carne de este animal, probablemente porque su consumo local está relacionada a gustos particulares de las personas en especial en zonas rurales.

Con este antecedente, y con la oportunidad de mercado que muestran los países europeos entre ellos Alemania, se propone la siguiente guía de análisis para la industrialización y exportación de carne de conejo.

### **5.3.Fundamentación**

El comercio internacional es una práctica que permite a los países vender sus productos a otras economías en busca de la obtención de ingresos que dinamicen sus sectores productivos. Los bienes y servicios comercializados dependen de la especialización en la producción y la capacidad de industrialización de la economía, así los productos se fabrican en correspondencia a normas que deben cumplir con las exigencias de los mercados de destino para su adecuada recepción y consumo.

La exportación es el primera paso para la internacionalización de las empresas, esta proviene de un análisis detallado sobre las oportunidades que determinadas naciones ofrecen en el consumo de los productos. El primer nivel de internacionalización es la exportación directa; es decir que, la empresa u organización por medios propios, decide iniciar un proceso exportador y sirviéndose de una análisis de mercado, desarrolla las negociaciones necesarias para cumplir con el objetivo.

El proceso de exportación requiere, sin embargo, un análisis de alternativas que provenga de una correcta definición de las perspectivas de mercado; a partir de él, se debe construir un análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para identificar estrategias que permitan en el largo plazo obtener una rentabilidad deseada.

Con un incremento en el apoyo del sector público a los proyectos de desarrollo pecuario que mejoren las condiciones de producción y garanticen mayor impacto en comunidades y sectores de atención prioritaria, propuestas como la que se muestra a continuación tienen eco en los productores, aportándoles con opciones de mejora técnica y económica.

## **5.4.Objetivos**

### **5.4.1. Objetivo General**

Identificar las oportunidades que muestra el mercado de Alemania para la exportación de carne de conejo procedente de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

### **5.4.2. Objetivos Específicos**

- Determinar las condiciones del mercado alemán de consumo de carne de conejo
- Establecer los canales de distribución del producto y condiciones exigidas en Alemania para su comercialización
- Definir la logística para la exportación de la carne de conejo desde Ecuador a Alemania
- Definir las estrategias para la exportación de carne de conejo al mercado alemán.

## **5.5.Importancia**

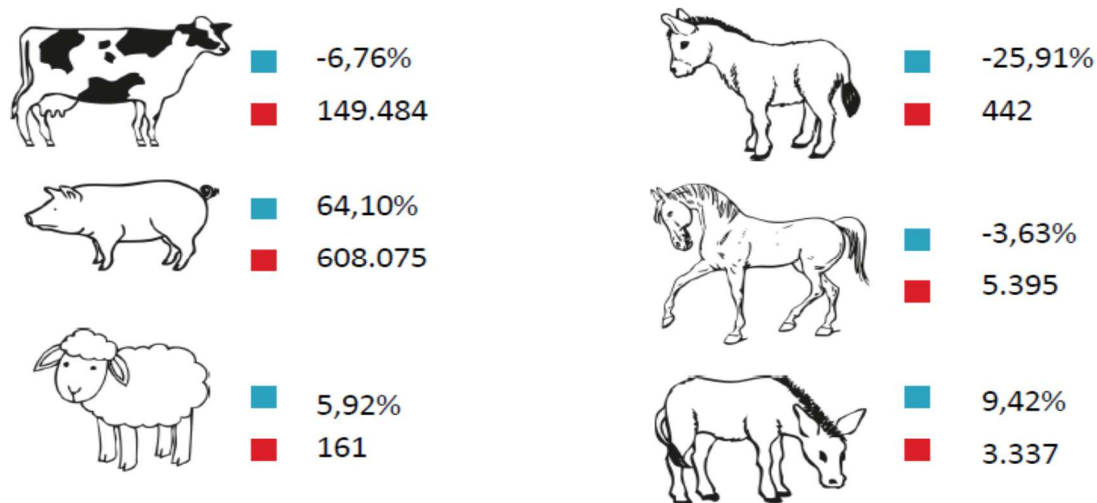
El desarrollo de la ganadería en el Ecuador se ha concentrado en el ganado bovino, según datos del INEC (2010) en el país existen 5,8 millones de cabezas de ganado de este tipo,

seguidas por el ganado ovino con 1,8 millones de cabezas, ambas representan el 88,3% del total de la ganadería nacional.

La provincia de Santo Domingo, concentra mayormente su actividad pecuaria en el ganado porcino, según datos de la misma fuente, existen en total 608.075 cabezas de este tipo de ganado y su tasa de crecimiento promedio es del 64,8%. La práctica de la ganadería menor, actividad a la que corresponde la crianza y faenamiento de los conejos, no posee mayor información estadística, en el III Censo Nacional Agropecuario (2001) se la identifica en la categoría de *otros tipos de ganadería* donde se agrupan a especies como asnal, caballar, mular, alpacas, llamas, conejos y cuyes. Según un informe realizado de Recursos Zootécnicos del Ecuador por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2003), se identifica a la crianza del conejo como uno de los recursos que deberían tender a su tecnificación en el futuro inmediato para el país. Una década más tarde se puede concluir que el desarrollo de esta actividad es sumamente bajo y que ha quedado en labores de crianza para el auto consumo o la comercialización esporádica a empresas y consumidores, todos altamente dispersos en la geografía nacional.

La propuesta pretende recuperar esa proyección, ofreciendo un análisis del mercado de Alemania como destino principal de la producción local, de esta manera se busca contribuir con un documento técnico que sirva como guía para productores ganaderos y asociaciones productivas en el camino al desarrollo de la ganadería menor a gran escala.

**Gráfico N° 2**  
**Cantidad de ganado según especie presente en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2011.**



Fuente:(INEC, 2010)

Elaborado por:(INEC, 2010)

## 5.6.Factibilidad

El análisis de las perspectivas y las potenciales estrategias a presentar para el desarrollo de la ganadería menor y su industrialización, a partir del conejo; es un aporte relevante al sector productivo provincial y nacional, atendiendo las exigencias productivas del país. El documento propone aspectos que deben cumplirse para que la producción y exportación de carne de conejo aporte su economía y genere plazas de empleo. Además, expone aspectos propios de la cultura Alemana y su capacidad de consumo, medios de pago, canales de distribución, entre otros.

## 5.7.Propuesta para la producción de carne de conejo para exportación en Santo Domingo de los Tsáchilas

El presente documento establece a criterio de su autor las perspectivas comerciales que ofrece el mercado alemán para productores de ganado mayor y ganado menor, existentes en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para la crianza de conejos con fines cárnicos con calidad de exportación.

El contenido proviene de múltiples análisis realizados a información relacionada con el destino (Alemania) y la capacidad productiva nacional. Se ofrece información que pueda

contribuir con los sectores productivos a consolidar una oferta atractiva a nivel internacional pero que localmente no tiene la suficiente relevancia.

### **5.7.1. Ubicación sectorial y física de Santo Domingo de los Tsáchilas**

- **Aspectos físicos**

- Capital: Santo Domingo
- Cantón: Santo Domingo de los Colorados
- Cabecera Cantonal: Santo Domingo
- Población: 305.632
- Entidad: Provincia
- País: Ecuador
- Región natural: Región Sierra
- Subdivisiones: 1 cantón, 7 parroquias urbanas, 7 parroquias rurales
- Superficie Total: 3,857 km<sup>2</sup>
- Densidad: 106,54 hab/km<sup>2</sup>

- **Aspectos demográficos**

- Tasa de crecimiento: 2.4%
- Población Total: 410,937 hab.

- **Aspectos climáticos**

- Zona climática: lluviosa tropical
- Temperatura habitual: 18 a 33°C en verano y en invierno normalmente hace más calor de 23 a 34 grados y a veces llega a los 38 °C.
- Temperatura media: 25,5 °C.



- **Aspectos productivos**

- Producción Nacional: 19,45%
- Producción agrícola: La principal actividad económica es la agricultura (café, palma africana, abacá, cacao, tubérculos, maíz, caucho, flores tropicales),
- Otras actividades: Ganadería e indicios de actividad turística.

### **5.7.2. Industrialización del conejo**

El desarrollo de las oportunidades comerciales, tiene una vinculación directa con el proceso productivo, a continuación, se exponen los aspectos técnicos que deben tenerse en cuenta para la crianza del conejo con aptitud cárnica.

- **Razas con aptitud cárnica**

Según Gonzalez y Cabarca (2008), las razas que los productores en Santo Domingo deberán criar son conocidas como medianas y poseen un peso de entre los 3,5 y 4,5 kilogramos, llamadas Neozelandesa Blanca y Californiana, lo que contrasta con lo expuesto por Fernando Berrones, Experto en cunicultura entrevistado para el estudio; según estos autores las características de las razas son:

Para la producción de carne bajo sistemas intensivos se emplean principalmente líneas obtenidas a partir de razas medianas. De estas razas las más difundidas son la Californiana y la Neozelandesa Blanca. La raza Californiana presenta capa blanca con los extremos (orejas, patas, cola y hocico) negros, tiene un peso adulto de 3,6-4 kg y posee los ojos rojos. La raza Neozelandesa Blanca, que es la más explotada del mundo, tiene un peso adulto de unos 4 kg, su pelaje típico es blanco y tiene los ojos rojos. (González & Cabarca, 2008, pág. 380)

**Figura N° 2**  
**Razas de conejo con aptitud cárnica**



**Fuente:**(Centro de investigación biológica, 2011)

**Elaborado por:**(Centro de investigación biológica, 2011)

- **Infraestructura para la industrialización del conejo con aptitudes cárnicas**

La industrialización del conejo responde a la necesidad que existe en el país de crear una nueva línea de negocio, enfocada a cambiar el modelo de producción cunícola que hasta ahora muestra simplemente una crianza de tipo artesanal, donde la producción está destinada para consumo familiar o para comercialización o trueque en mercados locales.

Para ello es necesario establecer un modelo práctico y eficiente del cambio de tipo de producción a un modelo industrial que permita a los nuevos y antiguos productores establecer una normativa en el manejo y crianza del conejo, con el fin de comercializar un producto con estándares de calidad hacia el mercado nacional e internacional. Los principales objetivos que debe cubrir la industrialización del conejo son:

- Procurar la conservación del ambiente
- Asegurar la salud animal
- Garantizar la inocuidad de los alimentos
- Fomentar el comercio y el consumo
- Elevar la rentabilidad y la competitividad de las empresas cunícolas
- Asegurar la salud humana. (Manual de buenas prácticas en la producción de carne de conejo, 2006, págs. 4, 5)

Como paso inicial para el proceso de industrialización de la producción de carne de conejo, es necesario definir el tipo de instalaciones, su ubicación debe tomar en cuenta los siguientes factores:

- Terreno
- Agua
- Energía eléctrica
- Mercado
- Vías de comunicación. (Manual de buenas prácticas en la producción de carne de conejo, 2006, pág. 8)

La construcción de las instalaciones debe poseer las siguientes características:

- Ambiente: en lo referente al ambiente ideal para la crianza de conejos puede tener tres modalidades:
  - Aire libre: se caracteriza por una cubierta con o sin aislantes y sin muros laterales, sugerido para que no sobrepasen los rangos entre 8 y 30 grados centígrados y una humedad de 55 a 85%.
  - Ambiente natural: tiene muros en los cuatro lados y aislantes en el techo, recomendado para climas que oscilan entre los 0 y 35 grados centígrados y una humedad del 40 al 90%.
  - Ambiente controlado: posee paredes en los cuatro lados, aislantes en el techo y las paredes, utiliza equipos de ventilación y medios mecánicos para el procesamiento del estiércol, recomendado para climas entre los 0 y 35

grados centígrados y una humedad entre el 40 y 90%. (Manual de buenas prácticas en la producción de carne de conejo, 2006, págs. 8, 9)

**Figura N° 3**  
**Modelos de jaulas para la crianza tecnificada**



**Fuente:**(Centro de investigación biológica, 2011)

**Elaborado por:**(Centro de investigación biológica, 2011)

Referente al ambiente cabe aclarar que las condiciones óptimas para el manejo industrial de los conejos indica que la temperatura deberá oscilar entre los 18 y 22 grados centígrados y una humedad del 75%.

- **Diseño de la construcción:** el diseño de la construcción debe poseer las siguientes características:
  - **Evolutiva:** adaptable a métodos modernos de manejo o sistemas de trabajo.
  - **Extensible:** la construcción debe ser extensible en caso de posibilidades de crecimiento en la producción.
  - **Económica:** se sugiere construir galpones desmontables en caso de crecimiento urbano o nuevas políticas de protección ambiental.

- Ambientalista: las construcciones deben fomentar la conservación del hábitat natural de la zona. (Manual de buenas prácticas en la producción de carne de conejo, 2006, pág. 15)

**Figura N° 4**  
**Modelos de jaulas para la reproducción**



**Fuente:**(Centro de investigación biológica, 2011)

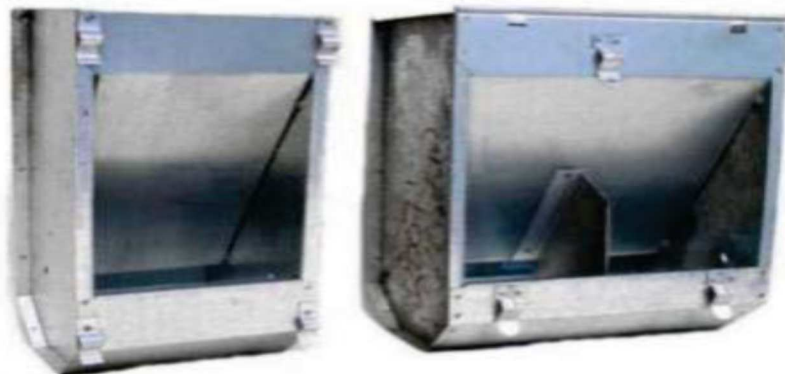
**Elaborado por:**(Centro de investigación biológica, 2011)

El área en el diseño de la construcción dependerá estrictamente de la cantidad a producir, además se deberá diseñar el modelo de crianza, sea esta en jaulas o directamente en el piso, para lo cual se deberá considerar los espacios de tránsito, bodega de alimentos, bodega de medicinas e insumos y de equipo de trabajo.

- Materiales: los materiales ideales para la construcción dependerán de la zona donde se implementará la industrialización, para ello se tomará en cuenta las siguientes consideraciones:
  - Pisos: preferiblemente de concreto, 30 cm. por encima del piso exterior para evitar inundaciones y con una ligera inclinación que permita el drenaje correcto.

- Muros: es de vital importancia el aislamiento térmico, la diversidad en los materiales dependerá de la zona puede ser desde madera hasta bloques de hormigón armado; dependiendo del clima para sectores fríos se recomienda muros de 2 metros y para calientes de 30 centímetros complementado por malla.
- Ventanas: dependiendo de la necesidad de ventilación corresponderá el número de ventanas, se recomienda ubicarlas donde al abrirse no lleguen corrientes directas de aire a los conejos.
- Techo: su altura deberá tender de los 2 a 3,5 metros; los materiales pueden ser zinc, teja, asbesto, entre otros. (Manual de buenas prácticas en la producción de carne de conejo, 2006, págs. 16, 17)
- Equipo: el equipo necesario para la implementación se adquirirá en función de la cantidad a producir de carne de conejo.
  - Jaulas: pueden ser de mallas o de construcción directa en el piso.
  - Comederos: de tolva con capacidad suficiente y de fácil limpieza.
  - Nidos: para el depósito de crías estos deben ser desmontables y de fácil limpieza.
  - Bebederos: conectados frente a la jaula conectado a un tubo de PVC de conexión constante a la red de agua del galpón. (Manual de buenas prácticas en la producción de carne de conejo, 2006, págs. 17 - 19)

**Figura N° 5**  
**Tolvas para alimentación**



**Fuente:**(Centro de investigación biológica, 2011)

**Elaborado por:**(Centro de investigación biológica, 2011)

- **Criterios para reproducción**

Entre los criterios que los productores en Santo Domingo deben tener para la reproducción resaltan los siguientes:

- Ciclo reproductivo: la pubertad es la edad apta para la reproducción en las razas medianas (Neozelandés Blanco y Californiana), esta etapa llega entre los 6 y 8 meses.
- Celos: la hembra presenta una vulva enrojecida y secreción, a esto se le suma una actitud reproductiva.
- Ciclo de concepción: el celo se presenta de 14 a 16 días, con periodos de infertilidad de 1 a 1 y medio días.
- Tipo de inseminación: puede ser natural o artificial
- Cubriciones: son las visitas de la hembra a la jaula del macho, deben ser una sola vez de ser efectiva.

- Partos: El número de partos aconsejable por cada año es de cinco
  - Palpación: se deberá palpar el vientre de la hembra, al menos 15 días posteriores a la cubrición, con una leve presión se debe sentir bultos mayores que es un signo de preñez.
  - Gestación: tarda de 30 a 32 días, debe prepararse el nido con paja y cartón, se debe mantener la tranquilidad absoluta en las madres paridas, para evitar que lastimen a las crías.
  - Parto: se recomienda colocar abundante agua en el nido y esperar a la labor de parto.
  - Alimentación de la cría: las crías empiezan a alimentarse a los 20 días de nacidos, un mes después deben empezar con la alimentación normal.
- 
- **Engorde**

Este proceso va desde el destete a la venta, el objetivo es lograr un animal entre los 2 y 2,2 kilogramos de peso en carne al momento de su faenamiento, esto se logra entre el segundo y tercer mes de crecimiento.

Adicional a las instalaciones y equipos indispensables para la industrialización de la crianza de conejos se deberán tomar controles sobre montas, partos, procesos de alimentación dependiendo del tipo de especie, reposición de machos y madres, además se debe capacitar a los al personal en salud e higiene propias y del conejo.



### 5.7.3. Principales productos exportados con relación al conejo

A pesar de que la exportación a nivel nacional de conejo es incipiente hay que anotarlo como una ventaja competitiva para poder llegar hacia nuevos mercados donde su consumo está asociado a una nueva alternativa de alimentación y en mercados tradicionales donde el consumo va en aumento.

Los principales productos derivados del conejo susceptibles de exportación son estrictamente la carne como alimento y la piel para la fabricación de prendas de vestir o la elaboración de artesanías en piel.

La carne de conejo es muy apetecida en los países de la Unión Europea, entre los principales productores están España, Francia e Italia, a pesar de ello el principal productor y exportador de carne de conejo a nivel mundial es China. En América Latina el principal exportador es Argentina y sus principales destinos son España, Estados Unidos, Austria y Arabia Saudita. De aquí nace la expectativa de generar un proceso de industrialización del conejo con el fin de complementar la demanda insatisfecha en los mercados internacionales.

Con relación a la exportación de pieles la demanda de la misma va en aumento en función del cambio de pieles de animales salvajes hacia pieles ecológicas las cuales proceden de animales de criadero con certificaciones de calidad en el proceso de curtiembre del mismo.

La producción ecológica de pieles de conejo está ligada a los siguientes argumentos:

- Los conejos no sufren cautiverio por ser animales de cueva.
- Es un animal doméstico adaptado al manejo de granja.
- Es una actividad agropecuaria.
- La producción de pieles no altera el equilibrio ecológico. (Losada, 2013)

La demanda de pieles ecológicas top dentro de las cuales se encuentra la piel de conejo se cotiza en el mercado asiático y europeo entre 7 y 25 dólares por pieza. (Losada, 2013)

#### **5.7.4. Proceso de producción de carne de conejo**

Una vez que el conejo cumple con la edad productiva idónea para ser sacrificado, se inicia con el proceso de producción de la carne de conejo, para ello se debe realizar el faenamiento que según González y Cabarca(2008, pág. 393) el procedimiento previo es:

Los conejos se dejan ayunar en la granja de ocho a doce horas antes de la expedición al matadero y, una vez allí, son sacrificados tras su descarga, sin reposo previo. Previamente al sacrificio se aturden mediante electrocución. A continuación, cada conejo se cuelga en la cadena de faenado por las patas traseras y después se desangra, procediéndose entonces al desollado y al eviscerado.

**Figura N° 6**  
**Faenamiento de los conejos para producción cárnica en camales tecnificados**



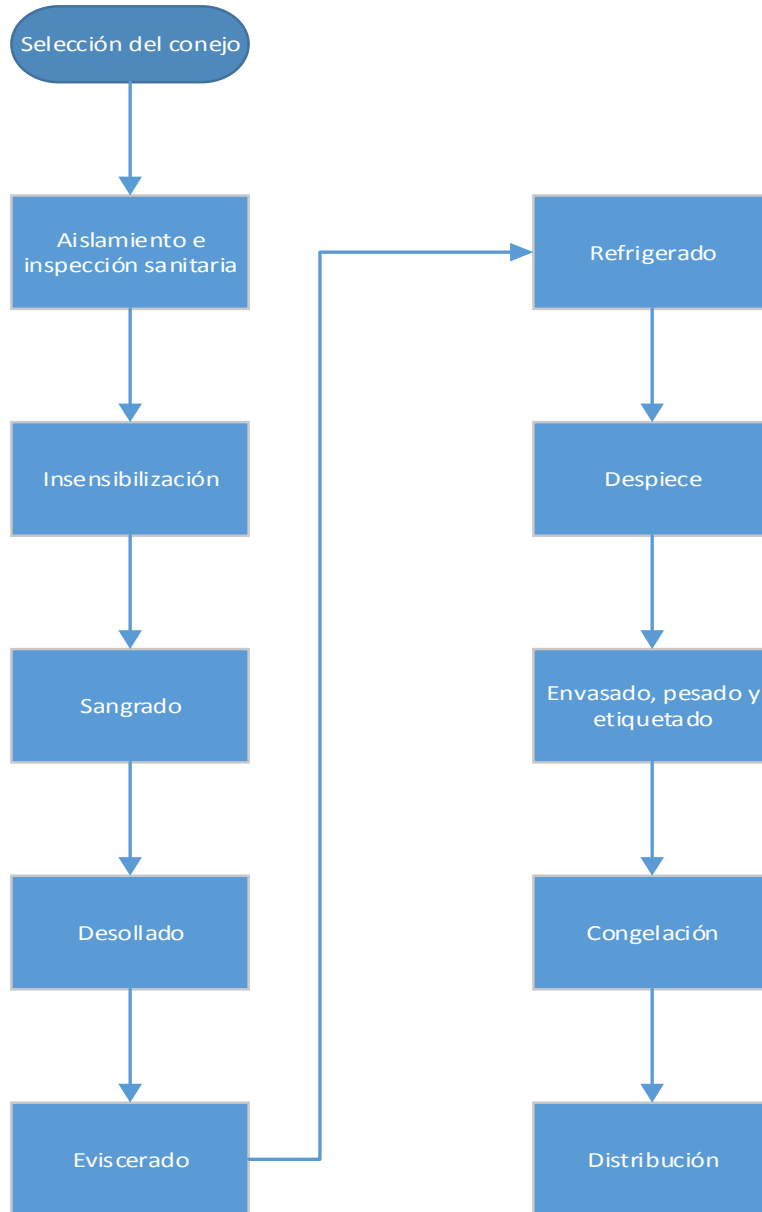


**Fuente:**(Solís, 2013)

**Elaborado por:**(Solís, 2013)

El proceso profesional de producción de carne conejo se representa en el siguiente flujograma:

**Gráfico N° 3**  
**Flujograma de proceso de producción de carne de conejo.**



**Fuente:**(Solís, 2013)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

El proceso de producción de carne de conejo tal como lo indica el flujograma procede desde la selección del conejo, pasando por los controles de verificación de su idoneidad para el consumo humano, realizado los procesos de sacrificio, sangrado, desollado y eviscerado, pasa a refrigeración para mantener la carne fresca este se debe dar a  $-4^{\circ}\text{C}$  y

posterior manipulación para despiece<sup>3</sup>, envasado y congelación para su posterior distribución.

El proceso de faenamiento puede darse también artesanalmente, respetando las normas de calidad y buenas prácticas de manufactura, esto solamente se logra teniendo las instalaciones adecuadas para el manejo de desechos y eliminación de aguas negras. En esta práctica se sugiere que las fincas utilicen como abono las vísceras y sangre para cultivos, práctica comúnmente aceptada.

#### **5.7.5. Productores nacionales de carne de conejo**

Al no existir una vasta información acerca de productores de carne de conejo a nivel nacional, se hará una breve mención sobre proyectos o locaciones dedicadas a la explotación del conejo.

Dentro de productores de carne de conejo se puede mencionar a “El Palacio del Conejo” ubicado en la ciudad de Sangolquí al sur de la ciudad de Quito el cual fue promocionado recientemente en un programa de transmisión local.

Además cabe mencionar al proyecto diseñado por la Universidad del Azuay con respecto a la producción de piel de conejo para producción textil con miras a la exportación, en un método de integración hacia atrás este proyecto empieza con la crianza de razas especiales; este proyecto fue coordinado por ACUDIR con el apoyo del BID, pretendiendo crear un centro de diseño y producción de artículos de piel de conejo. (El Mercurio, 2011)

---

<sup>3</sup> División en partes para su venta en mercados locales.

### **5.7.5.1. Caracterización de los productores en Santo Domingo**

La crianza de conejos a nivel nacional según el III Censo Nacional Agropecuario está medida en función de Unidades de Producción Agrícola (UPAs), la cual indica una producción de 71.951 UPAs, correspondiente a la crianza de 515.809 conejos.

La región con mayor producción cunícola es por característica propia la sierra, que produce 70.882 UPAs que corresponden a 511.836 conejos, lo que representa el 99,23% de la producción nacional; las provincias más representativas que aportan con la producción son las de Tungurahua con 39,66%, Cotopaxi con el 20,16% y Chimborazo con el 19,78%.

De datos obtenidos en el portal web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en los resultados del Censo Nacional Económico (CENEC) la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas cuenta con 28 establecimientos registrados dedicados a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con un personal ocupado de 4.607 personas.

En función del Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU), se tomaron dos actividades relacionadas con la cunicultura, la primera corresponde a la cría y reproducción de conejos (A0149.20) y la segunda se vincula con las actividades de sacrificio, faenamiento, preparación, producción y empaquetado de carne fresca refrigerada o congelada de conejos (C1010.13); para el portal Si Emprende (2013) del INEC, no existe datos relacionados en la provincia o en el país con respecto a las actividades de sacrificio y faenamiento de conejo; por otro lado con respecto a la cría y reproducción de conejos en la provincia de Santo Domingo no existen registros de dicha actividad, mientras que en el resto del país se registran 10 empresas dedicadas a esta actividad, las cuales presentan los siguientes datos:

**Tabla N° 11**  
**Datos relacionados con la cría y reproducción de conejos**

Datos	Promedio
Promedio de inversión	\$ 2.685,50
Total Ventas	\$ 10.739,31
Total Gastos	\$ 7.988,71
Número de personas que trabajan	2

**Fuente:** INEC. Ecuador en cifras. SI Emprende. Censo Nacional Económico. (2010)

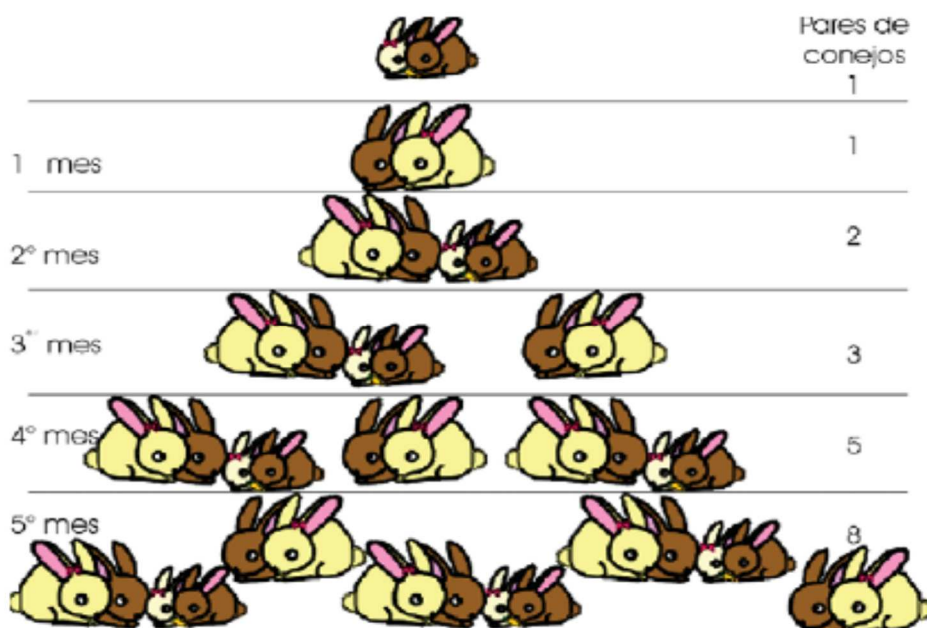
**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Analizando todos los datos obtenidos se puede determinar que la producción cunícola en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas es nula, y en el país no existe más de 10 empresas dedicadas a la crianza de conejos, por lo que se presenta como una oportunidad de negocio nueva en el sector y en el país, la industrialización del faenamiento de conejo con miras a ser exportado.

Contrastando estos resultados con las estadísticas expuestas en el capítulo de análisis de datos e interpretación de los mismos, se puede concluir que el grupo objetivo de productores serán los propietarios de fincas con extensiones menores a 2 hectáreas que representan más del 60% del total de la producción doméstica de conejos en la provincia.

El modelo de exportación deberá crear clúster de producción, de al menos 15 productores menores con capacidad promedio de producción de 100 conejos mensuales, teniendo en cuenta que los primero animales maduros para el proceso de faenamiento, estarán listos al menos seis meses después del inicio del proceso de crianza, posterior a esto la oferta de conejos deberá ser regular todo el año.

**Figura N° 7**  
**Capacidad productiva**



**Fuente:** (Centro de investigación biológica, 2011)

**Elaborado por:** (Centro de investigación biológica, 2011)

### 5.7.5.2. Capacidad productiva

La capacidad productiva esperada en 15 pequeños productores es de 1.500 animales promedio por mes, con un período pre operacional de seis meses, la cantidad promedio de producción se expone en la siguiente tabla:

**Tabla N° 12**  
**Capacidad productiva estimada de carne de conejo en pequeños productores de Santo Domingo de los Tsáchilas**

Número de productores	Animales promedio por mes	Total mensual	Peso promedio por animal en kg. (carne)	Total a exportar
15	130	1920	1 kg.	1.920 kg. (1,92 ton)

**Fuente:** (MAGAP, 2001) / (Centro de investigación biológica, 2011)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez



## 5.8. Perspectivas comerciales para la exportación de carne de conejo procedente de Santo Domingo de los Tsáchilas al mercado alemán

A continuación se abordan las perspectivas comerciales que ofrece Alemania a los potenciales productores de carne de conejo en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas. La descripción de las oportunidades se fundamenta en el consumo aparente y en la capacidad productiva demostrada en el análisis e interpretación de los resultados de la investigación.

### 5.8.1. Comercio mundial de carne de conejo

La carne de conejo es muy apetecida por los países europeos, según datos recopilados del Plan Cunicula de México Distrito Federal (2012), estos países son abastecidos principalmente por China, que es el primer exportador de carne de conejo a nivel mundial.

Alemania se encuentra entre los 10 países que mayor consumo per cápita de esta carne tienen, aunque su consumo no es comparable con nacionales como Malta, Italia, Bélgica y Francia, representa uno de los mercados de mayor atractivo comercial.

**Tabla N° 13**  
**Principales países consumidores de carne de conejo datos per cápita**

Consumo per cápita	
País	Kg.
Malta	8,8
Italia	5,71
Francia	2,76
Bélgica	2,73
España	2,61
República Checa	1,72
Países bajos	0,63
Alemania	0,51
Estados Unidos	0,14
Hungría	0,1
China	0,07
Japón	0,03

**Fuente:** (Gobierno del Distrito Federal México, 2012)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Como se puede observar y contrastando con el cálculo del CNA anteriormente expuesto, este país evidencia una demanda relevante del producto, más aún cuando en promedio su población supera los 80 millones de habitantes.

El consumo Alemán y a mundial es abastecido en gran parte por los principales productores de carne de conejo, de ellos China concentra la mayor parte de producción con un total promedio de 669.000 toneladas promedio al año 2010.

**Tabla N° 14**  
**Principales productores de carne de conejo a nivel mundial**

Nro.	País	2006	2007	2008	2009	2010
1	China	544.800	602.000	587.000	663.000	669.000
2	Italia	232.500	260.549	240.000	247.500	255.400
3	Venezuela	35.600	548.000	244.000	240.000	254.300
4	Corea	102.700	111.800	123.500	133.900	133.900
5	Egipto	70.000	80.080	69.840	69.840	69.840
6	España	72.308	74.667	68.686	70.000	66.200
7	Francia	52.785	54.100	55.931	51.554	51.665
8	República Checa	39.044	40.425	38.500	39.000	37.800
9	Alemania	32.000	34.991	33.600	35.000	37.500
10	Federación Rusa	8.872	10.171	11.280	13.251	13.500

**Fuente:**(Gobierno del Distrito Federal México, 2012)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

De los diez productores más relevantes, es digno de destacar a Venezuela, siendo que es un país latinoamericano con grandes relaciones comerciales con el Ecuador, lo que puede incentivar la obtención de apoyo técnico a través de entidades como el Ministerio de la Producción (MIPRO) o PROECUADOR como entidad destinada al apoyo al exportador. La oferta que el proyecto pretende entregar anualmente es de 23.400 kilogramos al año, un total de 23,4 toneladas, siendo una la cifra de exportación única por parte del país según los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador (2013).

La exportación está liderada también por China con un total de 10.915 toneladas al año 2012, seguida de España con 5851 toneladas y Bélgica con 5.600 toneladas.

**Tabla N° 15**  
**Principales exportadores de carne de conejo en toneladas**  
**Partida 0208100000**

<b>Exportadores</b>	<b>2012</b>
China	10.915
España	5.851
Bélgica	5.600
Francia	4.695
Hungría	4.177

**Fuente:**(TRADE MAP, 2013)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

En relación a esta oferta se considera marginal la propuesta, aunque se puede establecer que como objetivo inicial de desarrollo en especial para pequeños productores es óptimo en correspondencia a su capacidad física.

En materia de importación, los países que requieren parte de la producción de carne de conejo son:

**Tabla N° 16**  
**Principales importadores de carne de conejo en toneladas**  
**Partida 0208100000**

<b>Exportadores</b>	<b>2012</b>
China	10.915
España	5.851
Bélgica	5.600
Francia	4.695
Hungría	4.177

**Fuente:**(TRADE MAP, 2013)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Se puede concluir entonces, que el mercado mundial de carne de conejo es altamente competitivo y crece anualmente, lo que evidentemente propone un escenario idóneo para el desarrollo de la actividad para el Ecuador, más aún cuando las condiciones físicas y climáticas son óptimas para el desarrollo de las variedades de conejos con aptitud cárnica.

### **5.8.2. Tendencia de consumo de carne de conejo en el mercado Alemán**

El consumo de carne de conejo en Alemania es una práctica común, la mayor parte de los alemanes gusta de platillos elaborados con este tipo de animal, en cuanto al consumo en el país. Entre el año 2008 y 2010 las importaciones de este producto promediaron los 23 millones de Euros con una tendencia al decrecimiento mínima en ese periodo, aunque según lo expuesto en el estudio del CNA, la tendencia del consumo se incrementa anualmente.(ICEX, 2010)

Los alemanes están acostumbrados a consumir carne de conejo fresca o congelada, en presentaciones del animal entero con o sin cabeza, y en piezas, usualmente dividid en siete partes: dos patas traseras, dos patas delanteras, el lomo (piezas de primera categoría) y dos porciones de tórax (de segunda categoría). (ICEX, 2010)

El principal proveedor de Alemania es China que al año 2010, colocó en este mercado un total de 2.774 toneladas.

La participación estimada de los productores de Santo Domingo, en correspondencia a la demanda insatisfecha calculada en el Capítulo IV, representa el 0,042% del mercado, mientras que el principal socio comercial equivale a 6,6% del total del CNA; se espera entonces que con esta propuesta se puedan incentivar la creación de múltiples clusters que amparados en modelos de asociación productiva, incrementan la oferta ecuatoriana a niveles más competitivos.

### **5.9.Entorno del mercado alemán**

Los productores deben tener en cuenta aspectos básicos fundamentales de Alemania para poder establecer negocios con ellos, el análisis económico, social, cultural y demográfico contribuyen a que identifiquen adecuadamente al consumidor final y al intermediario, sus costumbre y comportamiento, previo a lograr una negociación.

### 5.9.1. Económico

La economía de Alemania es una de las más sólidas de la Unión Europea, a pesar de la crisis en la que el cloque se ha sumido desde el año 2009, este país crece a razón del 1% anual, y genera un promedio de 3,7 billones de dólares de Producto Interno Bruto, esta producción le permite poseer un PIB per cápita de los más altos de Alemania llegando a 39.100 dólares de ingreso por persona.

A pesar de estas cifras la crisis afecta a la población con un aumento en los precios promedio anual del 2,2%; esto contribuye a que exista un consumo menor en ciertos estratos de la población. El sector de la industria equivale al 28,1% del total de actividades económicas, muy por debajo del sector servicios que representa el 71,10% de la economía.

**Tabla N° 17**  
**Entorno Económico de Alemania**

<b>PRINCIPALES DATOS</b>		
<b>Capital</b>	<b>Berlín</b>	
<b>Demografía</b>	Población (2012)	81305856
	Tasa de crecimiento anual (2012)	-0,20%
<b>Producción</b>	PIB (Billones de Dólares)	3,37
	PIB per cápita (dólares)	39.100
	Crecimiento del PIB	1%
<b>Composición del PIB</b>	Agricultura	0,80%
	Industria	28,10%
	Servicio	71,10%
<b>Nivel de precios</b>	Inflación	2,20%

Fuente:(PROEcuador, 2013)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

La comercialización de carne de conejo en este mercado, tiene un grado de aceptación alta, en especial por el costo y características proteínicas que posee; a pesar de que existen industrias que lo procesan el grueso del consumo a nivel de procesadoras depende de la importación.

### 5.9.2. Sociodemográfico

En el aspecto social, la población alemana es en su mayoría se encuentra en el rango de 15 a 64 años con un total promedio de 66,1% de habitantes, constituyéndose en la masa crítica de consumo, la mayor parte de las relaciones comerciales se realizan en este grupo de edad en industrias como la alimenticia, textil y de servicios. Existe una gran cantidad de población considerada adulto mayor por sobrepasar los 64 años de edad, en total representan el 20,9% de la población nacional, este mercado se concentra en aspectos de consumo como viajes y actividades de recreación y descanso, producto de la capacidad económica del país y sistemas de seguridad social de amplia cobertura.

### 5.9.3. Cultural

En materia de cultura, el mercado alemán es muy culto, se precia de ser puntual y de exigir similares condiciones para quienes están en su territorio; en materia de negociación comercial, las exigencias de cumplimiento de normativas de ingreso de productos están por encima de cualquier relación relevantes, las *DIN – DeutcheIndustre Norme* – deben cumplirse a cabalidad.

Los principales atributos que se deben conseguir en el proceso de producción y en la fase de internacionalización del producto son la calidad y el beneficio de servicios adicionales que le otorguen seguridad al comprador, según los datos recopilados de Informe de Producción Región Murcia de España (2013) es recomendable para los primeros proceso de exportación contar con agentes comerciales que establezcan relación directa con los compradores y en lo posterior adoptar otras estrategias de relación con ellos.

En materia de cierre de negociaciones, los alemanes prefieren el cumplimiento y un buen precio, de forma que los márgenes de contribución relacionados con los intermediarios en una cadena les sean más beneficiosos.

#### 5.9.4. Comercio exterior

El saldo comercial entre Ecuador y Alemania es negativo, siendo el año de mayor desbalance el 2010, con un saldo en la balanza comercial de -131,4 miles de millones de dólares. A pesar de la recuperación en los años siguientes no se llega a sobrepasar el impacto de las importaciones ecuatorianas (BCE, 2013)

**Tabla N° 18**  
**Saldo comercial entre Ecuador y Alemania**

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Exportaciones	314.976,96	326.865,48	320.263,71	492.588,1
Importaciones	354.300,80	365.379,81	451.743,34	539.405,58
<b>Saldo comercial</b>	<b>-39.323,84</b>	<b>-38.514,33</b>	<b>-131.479,63</b>	<b>-46.817,48</b>

Fuente:(BCE, 2013)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Los principales productos exportados por el Ecuador al mercado alemán son: banano, productos derivados del cacao, aceite en bruto (vegetal), extractos y esencias, atún y rosas. Por el contrario los productos que Alemania exporta al país son: abonos minerales, equipos eléctricos, medicamentos, reactivos para laboratorio y equipos de telecomunicación.

En la siguiente tabla se describen los productos, cantidades y valor total en condiciones FOB, relacionadas con el comercio internacional con Alemania.

**Tabla N° 19**  
**Principales productos exportados e importados entre Alemania y Ecuador**

	<b>Partida</b>	<b>Producto</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Valor FOB</b>
Exportaciones a Alemania	803001200	Banano y plátano	574.011,34	224.075,71
	1801001900	Los demás productos de Cacao	20.028,18	60.920,42
	1511100000	Aceite en bruto	40.934,07	45.953,02
	2101110000	Extractos, esencias y concentrados	6.273,60	45.070,02
	1604141000	Atunes	5.206,78	25.736,82
	603110000	Rosas	1.803,37	11.443,72
Importaciones a Ecuador	<b>Partida</b>	<b>Producto</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Valor FOB</b>
	3104201000	Abonos minerales o químicos potásicos.	55.937,57	24.810,50
	8502131000	Equipos de corriente alterna	857,46	21.423,88
	3004902900	Medicamentos	268,04	16.503,49
	3822009000	Reactivos de laboratorio	142,52	13.060,02
	8517610000	Equipos de telecomunicación	3,58	10.809,60

**Fuente:**(BCE, 2013)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

La carne de conejo como se mostró con anterioridad, no registra ningún tipo de actividad comercial internacional entre los dos países, de ahí la necesidad de tener en cuenta como se estructura el mercado y de qué forma los pequeños productores que conforman los clúster, deberán actuar en el proceso de producción y exportación del producto.

### **5.9.5. Entorno empresarial**

Alemania se considera como el mercado de mayor tamaño respecto de actividades de consumo en la Unión Europea, es un mercado considerado maduro, donde la intensidad competitiva obliga a las empresas a desarrollar grandes acciones de marketing para consolidar sus marcas; es común que el ingreso de una marca de forma adecuada desplace la demanda de otra, generando en el mayor de los casos guerras de precios. (Región Murcia, 2013)

Como se explicó, el mercado se encuentra muy regulado a pesar de ser muy fragmentado, según datos Región Murcia la distribución política está conformada por:



[...] dieciséis Estados Federados (conocidos como Länder), once iniciales, más los cinco en los que se dividía la antigua Alemania del Este. Entre estos Estados, además de diferencias administrativas también hay diferencias culturales por lo que algunos productos pueden tener una buena acogida en el sur (por ejemplo, en Baviera) y mala en el norte (Hamburgo).

La estructura empresarial muestra que existe alta concentración de empresas grandes que controlan cerca del 70% del mercado; sin embargo, los mayoristas y detallistas se encuentran organizados y concentran sus esfuerzos en la importación de nuevos productos y comercialización de los locales, estos últimos en menor medida.

En lo que respecta al mercado de Alimentos y Bebidas, en el que ingresará la carne de conejo de producción ecuatoriana, datos proporcionados por Al Invest (2013), indican lo siguiente:

La **industria alimentaria y de bebidas** alemana está muy desarrollada, con los fabricantes alemanes manteniendo una posición dominante a nivel nacional y una también fuerte posición en los mercados mundiales de exportación. Es la cuarta industria en cuanto a importancia en Alemania. El crecimiento en los últimos años se ha logrado principalmente mediante el *desarrollo de nuevos segmentos de mercado*, incluidos los productos de determinados grupos de edad o de los productos de estilo de vida en consonancia con *tendencias* tales como la salud y bienestar. Las perspectivas de crecimiento también se han visto cada vez más en los *mercados de exportación*, que actualmente representan alrededor del 17% de las ventas. (Al Invest, 2013)

A pesar de lo descrito, es importante analizar que en el caso de la carne de conejo las exportaciones son menores a las importaciones, lo que demuestra una oportunidad de negocio amplia para las exportaciones, aunque el volumen sea limitado, se deberá procurar que los productores de Santo Domingo y otros interesados en desarrollar la propuesta de

negocio, deban concienciar en la necesidad de incrementar la producción de forma acelerada para garantizar condiciones adecuadas a los importadores y agentes comerciales.

### **5.10. Sector del mercado de alimentos y bebidas procesadas en Alemania**

La introducción de alimentos y bebidas procesados al mercado alemán, entre ellos la carne de conejo, deben observar la estructura de la oferta y la composición misma del mercado.

Según datos de Al Invest (2013), el sector de mayor participación en esta actividad económica es el de carne y procesamiento de aves, que representa el 26% del total de esta industria, a esta le siguen actividades como la fabricación de productos de panadería con el 11%, fabricación de bebidas alcohólicas con el 7,8% y productos de confitería con el 4,5%.

#### **5.10.1. Estructura del mercado de consumo de carne de conejo**

El mercado de consumo de carne de conejo en Alemania está conformada por empresas industriales que además de concentrarse en la producción nacional se apoyan en la importación de este producto para satisfacer la demanda interna. Los productos se comercializan a nivel de agentes de retail que se encargan de conectar al consumidor final con los productores o importadores.

Según un estudio tipo *Store Check*<sup>4</sup>, realizado por la empresa proveedora de carne de Conejo Business en Alemania se ha podido extraer la estructura, costos y tipos de productos que el consumidor alemán prefiere. Es conveniente mencionar que la oferta de los productores de Santo Domingo debe tener en cuenta la calidad del proceso de faenamiento, puesto que según información encontrada en este informe una de las limitantes en el consumo son las condiciones productivas, de ahí que en varias cadenas de supermercados alemanes se haya eliminado la venta de carne de conejo debido a que los proveedores no cumplían con las condiciones de respeto a los animales en esta fase final del proceso de producción.

---

<sup>4</sup> Estudio que comprende la visita por observación a tiendas y supermercados a fin de censar la oferta de productos de un tipo o categoría

### 5.10.2. Principales importadores de carne de conejo a Alemania

El mercado alemán tiene gran cantidad de importadores de carne de conejo, según la información recopilada los que tendrían más afinidad al producto elaborado en Santo Domingo serían los siguientes:

**Cuadro N°3**  
**Importador 1 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo**

Nombre	Alaska TiefKühlkostGmbH
Dirección	KauritzerStrasse 29, 04639 Gobnitz
Teléfono	49-(0)-34493-36531
Fax	49-(0)-34493-36532
Correo – e	<a href="mailto:laska_tkk@t-online.de">laska_tkk@t-online.de</a>
Contacto	PorzigToralf
Idioma	Alemán
Web	<a href="http://www.alaskaonline.de">www.alaskaonline.de</a>
Ventas promedio	5 millones de euros
Empleados	25
Gerente	HöbelbarthGert
Perfil del socio	Empresa comercializadora de productos de alimentación congelada, comercializan varias presentaciones de carne de conejo

Fuente:(ICEX, 2010)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N°4**  
**Importador 2 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo**

Nombre	AntonHirschauFleischgrobhandel
Dirección	SchleibheimerStrabe 87, 85748 Garching
Teléfono	49-(0)-89 – 321209
Contacto	HirschauAnton
Idioma	Alemán
Empleados	8
Gerente	HirschauAnton
Perfil del socio	Comercio al por mayor de productos cárnicos

Fuente:(ICEX, 2010)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N° 5**  
**Importador 3 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo**

Nombre	GeflügelSchaderInh. CieterHölzel e. K.
Dirección	BerlinerStr. 4 68647, Biblis, Hessen
Teléfono	06245 99 48848
Fax	06245 99 48878
Correo – e	<a href="mailto:dieter.hoelsel@gefuegel-shader.de">dieter.hoelsel@gefuegel-shader.de</a>
Contacto	DieterHoelsel
Idioma	Alemán e inglés
Ventas promedio	1,6 millones de euros
Empleados	25
Gerente	DieterHoelsel
Perfil del socio	Comercio al por mayor y menor de carne de conejo y carne de ave de corral

**Fuente:**(ICEX, 2010)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N°6**  
**Importador 4 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo**

Nombre	H. P. KlughartGmbH
Dirección	Trettaustr, 22 21107, Hamburg
Teléfono	49-(0)-40-411107
Fax	49-(0)-40-41110799
Correo – e	<a href="mailto:j.gellersen@hpk-fleisch.de">j.gellersen@hpk-fleisch.de</a>
Contacto	Sr. Gellersen
Web	<a href="http://www.hpk-fleisch.de">www.hpk-fleisch.de</a>
Idioma	Alemán e inglés
Ventas promedio	3,3 millones de euros
Empleados	25
Gerente	Christian Klughardt
Perfil del socio	Importación y venta de carne y productos cárnicos

**Fuente:**(ICEX, 2010)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N°7**  
**Importador 5 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo**

Nombre	IntermondoWarenhandelsGmbH
Dirección	New York Ring 6, 22297, Hamburg
Teléfono	49-(0)-40-6377- 0
Fax	49-(0)-40-6377- 2296
Correo - e	<a href="mailto:info@intermondo.com">info@intermondo.com</a>
Contacto	Sr. Kaffer
Idioma	Alemán e inglés
Ventas promedio	730 mil euros
Empleados	4
Gerente	Klemens Klaus
Perfil del socio	Empresa importadora de productos cárnicos que pertenece a la empresa minorista EDEKA ZENTRALE

Fuente:(ICEX, 2010)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N°8**  
**Importador 6 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo**

Nombre	IntermondoWarenhandelsGmbH
Dirección	New York Ring 6, 22297, Hamburg
Teléfono	49-(0)-40-6377- 0
Fax	49-(0)-40-6377- 2296
Correo - e	<a href="mailto:info@intermondo.com">info@intermondo.com</a>
Contacto	Sr. Kaffer
Idioma	Alemán e inglés
Ventas promedio	730 mil euros
Empleados	4
Gerente	Klemens Klaus
Perfil del socio	Empresa importadora de productos cárnicos que pertenece a la empresa minorista EDEKA ZENTRALE

Fuente:(ICEX, 2010)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N°9**  
**Importador 7 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo**

Nombre	Josef Maiaer GmbH & Co. Kg.
Dirección	Leonhard - Oberhauber - Str., 6 86825, Bad Worishofen, Bayern
Teléfono	49-(0)-8247 - 9600
Fax	49-(0)-8247 - 960069
Correo – e	<a href="mailto:maier@maier-wild.de">maier@maier-wild.de</a>
Contacto	Sr. Thomas Meier
Idioma	Alemán e inglés
Ventas promedio	44 millones de euros
Empleados	80
Gerente	Sr. Thomas Meier
Perfil del socio	Importación, exportación y procesamiento de carne

Fuente:(ICEX, 2010)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N°10**  
**Importador 8 sugerido como socio para los productores de de carne de conejo de Santo Domingo**

Nombre	NiggemannFoodFrischemarktGmbH
Dirección	Speicherstr. 6 - 8, 44809 Bochum
Teléfono	49-(0)- 234- 903700
Fax	49-(0)- 234- 9037119
Correo – e	<a href="mailto:info@niggermann.de">info@niggermann.de</a>
Contacto	Sr. Wolfgang Müller
Idioma	Alemán e inglés
Ventas promedio	70 millones de euros
Empleados	220
Gerente	Sr. Wolfgang Müller
Perfil del socio	Comercio al por mayor de productos alimenticios y artículos de primera necesidad para comercio al por mayor y menor, restauración y colectividades

Fuente: (ICEX, 2010)

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N° 11**  
**Importador 9 sugerido como socio para los productores de carne de conejo de Santo Domingo**

Nombre	Schneider Hamburg GmbH
Dirección	Osterbrooksweg 60, 22869 Schenefeld
Teléfono	49-(0)- 40-8-30-38-0
Fax	49-(0)- 40-8-40-68-46
Correo – e	<a href="mailto:sekretariat@schneiderhamburg.com">sekretariat@schneiderhamburg.com</a>
Contacto	Sr. Schneider, Jürgen
Idioma	Alemán e inglés
Ventas promedio	86 millones de euros
Empleados	20
Gerente	Sr. Schneider, Jürgen
Perfil del socio	Comercio y venta de carne de conejo y carne de ave de corral

**Fuente:**(ICEX, 2010)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Los importadores presentados muestran interés en la carne de conejo importada, se concentran principalmente en distribuir a los canales de comercialización en Alemania, llegando a mayoristas y minoristas que se encargan de la venta final al consumidor.

### **5.10.3. Principales canales de comercialización**

La estructura de los canales de distribución alemanes tiene los siguientes agentes de acuerdo a lo expuesto por Al Invest (2013):

- **Importadores:** especializados en productos específicos o en grupos de productos. Son conocedores del mercado y de los reglamentos que afectan a los productos. Generalmente pueden distribuir a todo el país y juegan a menudo un papel estratégico en el éxito del producto.
- **Mayoristas:** Hipermercados, supermercados y pequeño comercio adquieren ciertos productos con la intermediación de los mayoristas, aunque la mayoría de estos han creado sus propios centros de compras para asegurarse un mejor aprovisionamiento y controlar los costes.

- Agentes y distribuidores: la mayor parte de los productos importados dependen de los agentes de importación y distribución para acceder al mercado alemán. Los agentes efectúan los pedidos de mercancías y firman los documentos de los exportadores que representan, pero no suelen tomar posesión de los productos de sus representados.

En cuanto a la distribución de productos alimenticios y otros, existe un segundo nivel de canales, este está conformado por el comercio minorista organizado que se concentra en varias ciudades y desarrollan plataformas logísticas de productos. Finalmente, está el nivel minorista tradicional que puede desarrollarse a un nivel Premium y Gourmet en cuanto a la venta de carnes.

La distribución de carne de conejo está asociada directamente a las cadenas de supermercados tales como: “De hard-discount(Lidl, Aldi), de soft-discount(Penny, Plus), cadenas de supermercados e hipermercados (Metro, Edeka, Kaiser´s, Extra)”. (Región Murcia, 2013)

De esta forma los productores de Santo Domingo al pretender acceder al mercado alemán deberán hacerlo a través de hipermercados. En cambio si la idea es realizarlo a nivel Premium o Gourmet deberá canalizarse la introducción del producto hacia pequeñas tiendas especializadas sean nacionales o regionales.

Según Business S.A. (2013), las tiendas con mayor oferta de carne de conejo al consumidor final en Alemania son:



**Cuadro N° 12**  
**Principales cadenas de venta de carne de conejo al consumidor final**

<b>Segmento</b>	<b>Establecimientos</b>
Discount	ALDI
	Netto
	LILD
C&C	Metro C&C
Supermercados	REWE
	Kaiser'sTengelmann
	EDEKA
Carnicerías	MetzgereiBrosi
Gourmet	Kaufhof
	Karstadt

**Fuente:**(ICEX, 2010)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Es importante destacar que los importadores antes mencionados y que se sugieren como socios comerciales para la carne de conejo ecuatoriana distribuyen los productos a estas cadenas con un margen de contribución promedio entre el 20 y 30% por kilogramo (Al Invest, 2013).

#### **5.10.4. Principales presentaciones y Precios**

El consumo de carne de conejo en Alemania se realiza en múltiples presentaciones, las más comunes son: conejo entero incluyen vísceras, patas, filete de lomo, hígados de conejo y conejo entero sin cabeza. Apoyados en un estudio realizado por ICEX (2010), a continuación se muestran las principales presentaciones de carne de conejo congelada y fresca demandadas en este país, además de los pesos promedios de cada producto y el precio de venta al público, se importante recordar que este está cargado el margen de contribución tanto del productor como del importador/distribuidor

**Tabla N°20**  
**Presentaciones de carne de conejo preferidas en Alemania**

<b>Producto</b>	<b>Peso neto kg</b>	<b>Precio en Euros / kg</b>
Conejo entero con cabeza e hígado	1,36	12,9
Pata de conejo ( 1 pieza)	235	19,9
Conejo entero sin cabeza	1,24	9,99
Pata de conejo (2 piezas)	593	15,99
Hígados de conejo	1	4,27
Pata de conejo (3 piezas)	1	6,2
Conejo despiezado	1	6,41
Filetes de lomo de conejo	1	4,49
Pieza de conejo entera sin cabeza y sin vísceras	1,3	10,69
Lomo fresco de conejo	0,38	17,27
Conejo entero	1,3	11,9

**Fuente:**(ICEX, 2010)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

El promedio del precios de un kilogramo de conejo entero congelado es de 11,59 euros el kilogramo con un peso comercializado promedio de 1,3 kilogramos, en el caso del conejo despiezado el promedio de costo por kilogramo es de 8,55 euros el kilogramo, ya en piezas individuales las de mayor consumo son las patas con un costo de 14,9 euros promedio por kilogramo, es importante mencionar que se ha seleccionado varias presentaciones con conejos de importados desde China, Francia e Italia.

#### **5.10.5. Condiciones comerciales sugeridas para los productores de Santo Domingo de los Tsáchilas**

La presentación de la carne de conejo para exportación recomendada para los productores de Santo Domingo en correspondencia con el costo y la frecuencia de consumo es el animal entero sin cabeza, empacado al vacío y exportado en bandejas de plástico para mejor manejo del socio comercial en Alemania.

**Figura N° 8**  
**Presentación del conejo para exportación**



**Fuente:**(Made in Argentina, 2013)  
**Elaborado por:**(Made in Argentina, 2013)

#### **5.10.6. Perfil básico de clientes**

La crisis que se percibe en general en la Unión Europea ha modificado el comportamiento de consumo de los alemanes, que han pasado a dar mayor importancia al precio como un factor decisor al momento de comprar, inclusive en la demanda de alimentos, exportar estos productos expone la necesidad de trabajar mucho en la ventaja competitiva respecto al valor del bien.

Según análisis de Al Invest (2013), la distribución de consumo de alimentos procesados por hogares muestra que:

El 27 % de los hogares alemanes está en condiciones de comprar todo lo que necesitan en cuanto el 24% de los hogares tiene recursos bastante más reducidos orientados a buscar precios más convenientes. El restante 50% de la población se ubica entre estos dos extremos y dice que está en condiciones de comprar en general lo que precisa. (Al Invest, 2013)

En correspondencia a esta estructura de consumo se identifican dos segmentos, con intereses diferentes, el promedio de inversión por hogar en la compra de alimentos y bebidas procesadas es de 310 Euros por mes lo que corresponde al 22% del total de

ingresos por familia, permitiendo la satisfacción en general de la mayor parte de la población. Para finalizar los datos expuestos por Al Invest indican que, los tres factores de consumo a cubrir con una oferta de productos alimenticios son:

- **Bienestar:** El aspecto más importante es la calidad del producto, en muchos casos se trata de consumidores maduros con ingresos elevados que buscan alimentos con un valor agregado y beneficioso para la salud.
- **Comodidad:** Se observa una tendencia cada vez mayor hacia productos preparados, no solo congelados, pero igualmente alimentos refrigerados «chilledfood», listos para su inmediato consumo. Productos preparados y envasados, como fruta cortada y lavada, pasta precocida, ensaladas lavadas que permitan ahorro de tiempo en la compra y preparación de alimentos, por lo tanto, este tipo de utilización adquieren cada vez más relevancia sobre todo entre las familias.
- **Placer (Genuss):** Esta tendencia es más importante entre los consumidores mayores de 50 años con ingresos elevados.

La carne de conejo exportada a través de los socios comerciales se concentra en el mercado cuya intención de compra es bienestar y comodidad, de ahí que se distribuya a través de cadenas de supermercados y discount para la población entre los 15 y 64 años principalmente.

### 5.11. Análisis FODA

Una vez establecido el análisis del mercado español y la potencialidad de exportación de los productores en Santo Domingo se ha construido el análisis FODA que recopila las condiciones del mercado previo a sugerir el modelo de exportación y las estrategias de introducción de la carne de conejo.

Los siguientes cuadros presentan las principales fortalezas, debilidades oportunidades y amenazas encontradas en el análisis.

**Cuadro N° 13**

**Fortalezas identificadas para la exportación de carne de conejo al mercado alemán**

<b>FORTALEZAS</b>	
<b>f1</b>	Condiciones climáticas y físicas aptas para la crianza y procesamiento de la carne de conejo en la ciudad de Santo Domingo
<b>f2</b>	Existencia de pequeños productores dedicados a la actividad de crianza de conejo
<b>f3</b>	Entorno físico reducido que facilita la reunión de los pequeños productores
<b>f4</b>	Disponibilidad de mano de obra familiar
<b>f5</b>	Acceso a servicios básicos para la crianza
<b>f6</b>	Disponibilidad de elementos físicos para la construcción de criaderos
<b>f7</b>	Ciclo productivo corto y de bajo costo de arranque

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N° 14**

**Debilidades identificadas para la exportación de carne de conejo al mercado alemán**

<b>DEBILIDADES</b>	
<b>d1</b>	Inexistencia de asociaciones relacionadas a la producción de carne de conejo
<b>d2</b>	Crianza de los animales para autoconsumo o consumo doméstico
<b>d3</b>	Alta dispersión de los pequeños productores
<b>d4</b>	Preferencia por ganadería mayor (bovinos, porcinos y ovinos)
<b>d5</b>	Sustitución de los animales menores por aves de corral
<b>d6</b>	No existen empresas referentes en cuanto a la producción y exportación de carne de conejo procesada en el Ecuador
<b>d7</b>	Inexperiencia de la mano de obra
<b>d8</b>	Carente capacitación en los pequeños productores
<b>d9</b>	Escaso apoyo de organizaciones oficiales en la actividad cunícula
<b>d10</b>	Necesidades económicas para la instalación de criaderos de conejos
<b>d11</b>	Conflictos de asociación por heterogeneidad y dispersión de los productores

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N° 15**  
**Oportunidades identificadas para la exportación de carne de conejo al mercado alemán**

<b>OPORTUNIDADES</b>	
<b>o1</b>	Mercado europeos con demanda creciente de carne de conejo importada
<b>o2</b>	Precios atractivos para el kilogramo de carne de conejo entero congelado
<b>o3</b>	Existencia de importadores alemanes interesados en realizar negocios internacionales con proveedores de carne de conejo
<b>o4</b>	Posibilidad de desarrollar otras industrias a partir de la piel de conejo y las vísceras
<b>o5</b>	Tendencia de consumo en Europa de carnes bajas en grasas
<b>o6</b>	Buenas relaciones comerciales entre Ecuador y Alemania
<b>o7</b>	Formación de clúster de productores en diferentes zonas de la ciudad
<b>o8</b>	Desarrollo de programas de capacitación para cunicultores
<b>o9</b>	Países de la región especializados en cunicultura que pueden apoyar la producción ecuatoriana
<b>o10</b>	Sistema General de Preferencias - Ingreso 0% de Arancel de la carne de conejo

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

**Cuadro N° 16**  
**Amenazas identificadas para la exportación de carne de conejo al mercado alemán**

<b>AMENAZAS</b>	
<b>a1</b>	Competidores con mayor capacidad productiva
<b>a2</b>	Competidores poseen socios comerciales en las principales ciudad de Alemania
<b>a3</b>	Barreras de ingreso altas para el producto
<b>a4</b>	Alto costo de transporte
<b>a5</b>	Poco fomento de la actividad productiva por parte del Gobierno Nacional y el sector privado

Elaborado por: Jonathan Rafael Ojeda Vélez

## **5.12. Logística de comercio para la exportación de carne de conejo**

### **5.12.1. Procedimientos previos para la exportación**

Según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE, 2012), el procedimiento básico desarrollar actividades de exportación es el siguiente:

1. Obtener el Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas.
2. Adquirir el certificado digital de firma electrónica otorgado por el Banco Central del Ecuador y Security Data, este procedimiento se fundamenta en revisar las

normativas correspondientes a cada tipo de certificado DPC(Declaración de Prácticas de Certificación), PC(Políticas de Certificados), modelo de contrato.

3. Registrarse en el portal de ECUAPASS (<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

### 5.12.2. Tarifas Vigentes para la obtención de certificados

Las tarifas de los certificados de firma electrónica de acuerdo a la Resolución del Banco Central del Ecuador No.BCE-066-2013 son las siguientes

- **TOKEN:** dispositivo criptográfico USB, donde se almacena su certificado digital de forma segura, con vigencia de dos años el costo es de 65 dólares y con una renovación de 20 dólares por tiempo similar
- **Hardware Security Module:** dispositivo criptográfico para altos volúmenes de transacciones con vigencia de años tiene un costo de 90 dólares y su renovación de similar valor y tiempo.

### 5.12.3. Proceso de exportación

Según la SENA (2013), los pasos para el proceso de exportación a través del nuevo portal ECUAPASS se inician con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE), acompañada de la factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque.

Los datos que se consignarán en la DAE son según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador son:

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

- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

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

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

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

Posterior a la aceptación de la DAE, se realizará el aforo en función de los siguientes criterios expuestos por la SENAE (2013):

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



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

#### **5.12.4. Requisitos para la exportación de la carne de conejo congelada a Alemania**

Según datos proporcionados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2010), los procedimientos para la exportación de la carne de conejo congelada producida en Santo Domingo es:

##### **1. Autorización**

Los clúster de productores tendrán que formar parte de la lista de empresas habilitadas para la exportación de carne, para ello deberá tramitar la autorización cumpliendo con estos requisitos:

- a. Reconocimiento de la autoridad sanitaria competente del país exportador
- b. Reconocimiento del control zoonosológico de los animales y de los productos de origen animal
- c. Reconocimiento del programa de control de residuos, contaminantes y aditivos.

Para dar cumplimiento al primer requisito es necesario obtener el Registro Sanitario en el Ecuador, para ello el Ministerio de Salud Pública (1999) requiere:

1. Solicitud dirigida al Director General de Salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario
2. Permiso de funcionamiento: Actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud (Dirección Provincial de Salud de la jurisdicción en la que se encuentra ubicada la fábrica)

3. Certificación otorgada por la autoridad de salud competente de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para fabricar el producto. (Original a ser devuelto y una copia); (Corresponde al acta que levanta la Autoridad de Salud una vez que realiza la inspección del establecimiento).
4. Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado.
5. Formula cuali-cuantitativa: Incluyendo aditivos, en orden decreciente de las proporciones usadas (en porcentaje referido a 100 g. Ó 100 ml.). Original.
6. Certificado de análisis de control de calidad del producto: Con firma del Técnico Responsable. Original. (Obtenido en cualquier Laboratorio de Control de Alimentos, incluidos los Laboratorios de Control de Calidad del Instituto de Higiene "Leopoldo Izquieta Pérez").
7. Especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase. (Otorgado por el fabricante o proveedor de los envases). Con firma del Técnico Responsable. Original.
8. Proyecto de rótulo a utilizar por cuadruplicado: Dos Originales.
9. Interpretación del código de lote: Con firma del Técnico Responsable.
10. Pago de la tasa por el análisis de control de calidad, previo a la emisión del registro sanitario: Cheque certificado a nombre del Instituto de Higiene y Malaria Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" por el valor fijado en el respectivo Reglamento. (Ministerio de Salud Pública, 1999)
11. Tres muestras del producto envasado en su presentación final y pertenecientes al mismo, lote. Las muestras de carne de conejo deberán ser de 500 gramos cada una.

## **2. Registro de los establecimientos productores en la UE**

La obtención del registro de exportador de alimentos procesados toma en consideración la inspección tanto para los lugares de crianza de los conejos como para la planta de procesamiento para ello aplican los siguientes reglamentos:

- a. **Para establecimientos primarios o zonas de crianza**, el Reglamento **852/2004/CE** que contiene los requerimientos específicos y se encuentran bajo un programa de control zoonosológico y de prácticas de higiene, relativo a la higiene de los productos alimenticios.
- b. **Para establecimientos industrializadores o zonas de faenamiento**, reglamentos **852/2004/CE** y **853/2004/CE** establecen normas específicas de higiene de los alimentos de origen animal. En el caso de los productos de origen animal, debe implementarse un plan de control de contaminantes tales como metales pesados, plaguicidas y residuos de medicamentos veterinarios para verificar el cumplimiento de los requisitos de la UE.

### 3. Certificación sanitaria

Como se identificó anteriormente la carne de conejo producida por los pequeños criadores en Santo Domingo deben obtener el registro sanitario. Este debe respetar las condiciones impuestas por la Directiva **96/93/CE**. Para el ingreso deberán enviarse certificados originales elaborados en español y alemán. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2010)

### 4. Controles

El reglamento **882/2004/CE**, establece los controles que para el caso de Ecuador y en particular de la carne de conejo será del tipo documental verificando el cumplimiento de los certificados de aprobación de establecimiento primario y de planta, además del Registro Sanitario y su par en Alemania. La frecuencia de los controles físicos depende del nivel de riesgo del producto y de resultados de inspecciones previas. Los embarques que no cumplen con los requisitos de la legislación de la Unión Europea pueden ser destruidos o, bajo ciertas condiciones, reenviados al país exportador dentro de los 60 días. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2010)

La figura 9 muestra el los pasos esquematizados según la información proporcionada por el BID (2010):

**Figura N° 9**  
**Esquema de requisitos para ingreso al mercado alemán de la carne de conejo congelada**



**Fuente:** (Banco Interamericano de Desarrollo, 2010)

**Elaborado por:** (Banco Interamericano de Desarrollo, 2010)

### 5.12.5. Empacado y embalado de la carne de conejo

#### Empacado

Como se anotó anteriormente el empacado de la carne de conejo se deberá realizar al vacío para evitar la presencia de partículas extrañas o de bacterias que limiten la calidad del producto y obliguen a restringir su ingreso al país. El peso promedio por cada conejo a exportar es en promedio de 1 kilogramo. Cada unidad deberá estar debidamente etiquetada según las normativas definidas en el Codex Alimentarius Commission (CAC), según el BLE (Agencia Federal para la Agricultura y Alimentos). El envasado se realizará en bolsas “BNBLA”, Coextruidas<sup>5</sup>, Termosellables<sup>6</sup> y Termocontraibles<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Por su composición las bolsas impiden el paso de olores, grasas, jugos y otros fluidos derivados de la carne a consumo

<sup>6</sup> Que se pueden sellar con calor

<sup>7</sup> Que se encogen al someterlas al calor, adaptándose a la forma de la carne

Las características del empaclado de la carne, según Márquez(2009), son:

- pH = -5.9.
- Contaminación inicial mínima.
- Temperatura del producto: 4°C máximo.
- Temperatura de Sala de Despostada: 10°C máximo.
- Humedad relativa ambiente mínima.
- Volumen residual: 6 mb. (máx).
- Termocontracción en agua 85-87°C.
- Temperatura de almacenamiento y distribución: -1°C +1°C.

La carne de conejo congelada podrá ser preservada hasta un máximo de 180 días bajo estas condiciones. En el Anexo N° 9 se puede identificar la maquinaria y el proceso de embalaje para la carne a exportar.

### **Embalaje**

El embalaje se lo realiza en canastas de plástico con ranuras para que permitan pasar el aire frío, aplicadas una sobre otra en pallets de 1,00 metro por 1,20 metros, en un contenedor de 20 pies cúbicos tipo reefer de las siguientes características: “Los contenedores refrigerados tienen una máquina de refrigeración completa e integral que es capaz de mantener temperaturas internas entre 25 y -25 ° centígrados. Hay contenedores disponibles de 20 y 40 pies diseñados de acuerdo a las regulaciones ISO.” (Tuscor Llouys Global Logistics, 2009). La descripción del contenedor es la siguiente:

**Tabla N° 21**  
**Dimensiones del contenedor para exportación de carne de conejo**  
**Características Contenedor de 20 pies**  
**cúbicos tipo reefer**

<b>Características Contenedor de 20 pies cúbicos tipo reefer</b>		<b>Descripción</b>
Tara	3080 kg / 6790 lb	Con equipo propio de generación de frío. Diseñados para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Ejemplo: carne, pescado, frutas, etc.
Carga Max.	27400 kg / 60410 lb	
Max. P. B.	30480 kg / 67200 lb	
Medidas:	Internas	
Largo:	5444 mm / 17'10"	
Ancho	2268 mm / 7'5"	
Altura:	2272 mm / 7'5"	
Capacidad Cub.	28,1 m3 / 992 ft3	

**Fuente:**(Active web, 2010)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

Los cajones para la exportación serán de 50 cm x 40 cm x 25cm con una capacidad para 5 conejos aproximadamente en 40 litros de capacidad.

**Gráfico N° 4**  
**Cajón para embalaje**

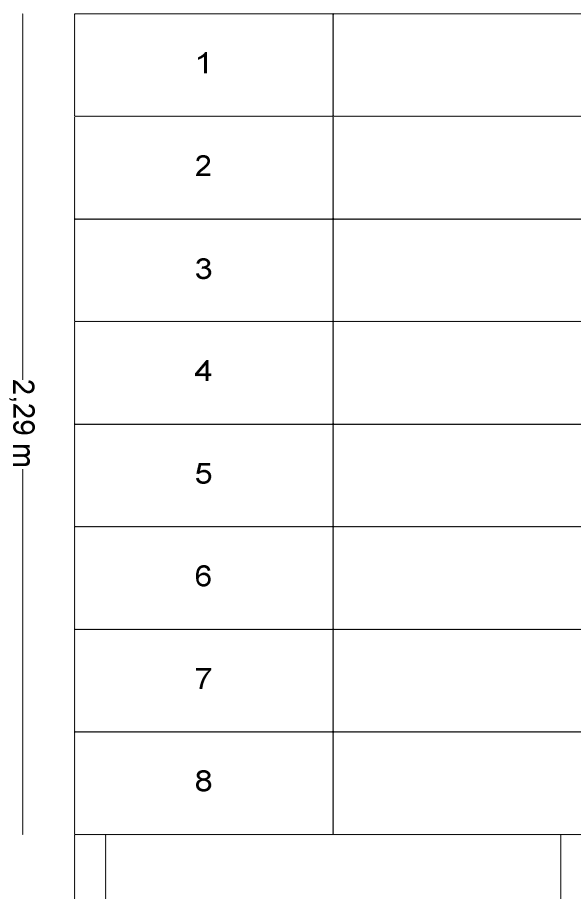
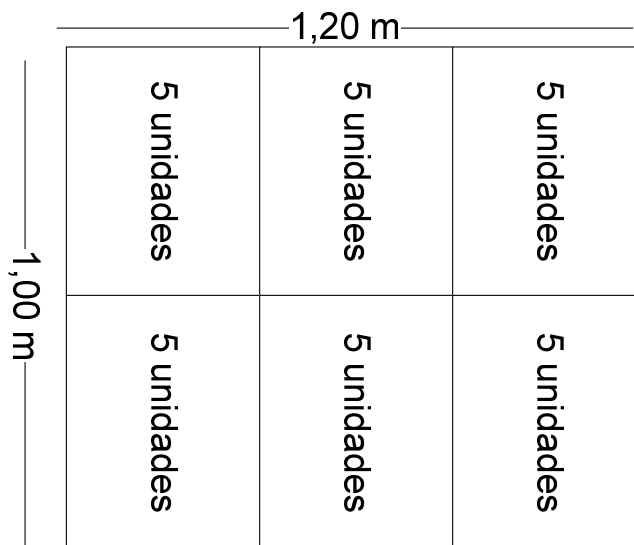


**Fuente:**(Tenología de Limpieza, 2012)

**Elaborado por:**(Tenología de Limpieza, 2012)

El cubicaje se expone en los siguientes diagramas:

**Figura N° 10**  
**Cubicaje**



**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

En total por pallet caben 48 cajas de 5 unidades cada una, lo que da como resultado un total de 240 conejos por cada pallet, teniendo en cuenta que por las dimensiones del

contenedor es factible exportar 8 pallets, el total por contenedor será de 1.920kilogramos (1.92 toneladas), permitiendo la exportación promedio de un contendor cada mes al mercado alemán de acuerdo a la oferta exportable definida mensualmente para cada clúster de producción, quedando un remanente de 30 conejos para comercialización en el mercado interno.

### 5.12.6. Transporte

La producción de carne de conejo se embarcará en el Puerto de Guayaquil y se sugiere llegue al puerto de Hamburgo, en un promedio de 30 a 35 días, a un costo promedio de 3.890 dólares, siendo las empresas que prestan este servicio Hamburg Sud del Ecuador, Transoceánica, Maersk del Ecuador S.A., los costos adicionales al transporte en condiciones FOB son:

**Tabla N° 22**  
**Dimensiones del contenedor para exportación de carne de conejo**

<b>Cuenta</b>	<b>Valor estimado</b>
Tarifa	\$ 3.890,00
Impuesto:	\$ 8,00
THC:	\$ 135,00
Recargo Emergencia por Combustible	\$ 250,00
Bill of Landing	\$ 44,80
Handdling out	\$ 35,84
Administración de contenedor	\$ 33,60
Sellos	\$ 15,00
Recaudación por contenedor	\$ 35,84
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.448,08</b>

**Fuente:**(HAMBURG SUD ECUADOR / PROECUADOR, 2013)

**Elaborado por:** Jonathan Rafael Ojeda Vélez

### 5.12.7. Condiciones

Las condiciones de exportación de la carne de conejo sugeridas son FOB (Free on Board), que define que los productores deberán entregar al importador la carga al borde del buque en el puerto de Guayaquil, siendo este el que se encargue del transporte hacia el puerto de Hamburgo.



Según la SENAE (2010), las condiciones FOB se definen como:

El vendedor entrega la mercadería a bode del buque designado. El riesgo de pérdida o daño a la mercadería se trasmite cuando la mercadería este a bordo del buque, y el **VENDEDOR PAÍS DE ORIGEN MERCANCÍA COMPRADOR** corre con todos los costes de ese momento en adelante.

**Figura N° 11**  
**Condiciones**

COSTO Y RIESGOS			
El vendedor entrega la mercadería a bode del buque designado. El riesgo de pérdida o daño a la mercadería se trasmite cuando la mercadería esta a bordo del buque, y el comprador corre con todos los costes de ese momento en adelante		VENDEDOR	PAIS DE ORIGEN
		MERCANCIA A BORDO DEL BUQUE	
		TRANSPORTE MARITIMO	
		COMPRADOR	

Fuente:(SENAE, 2010)

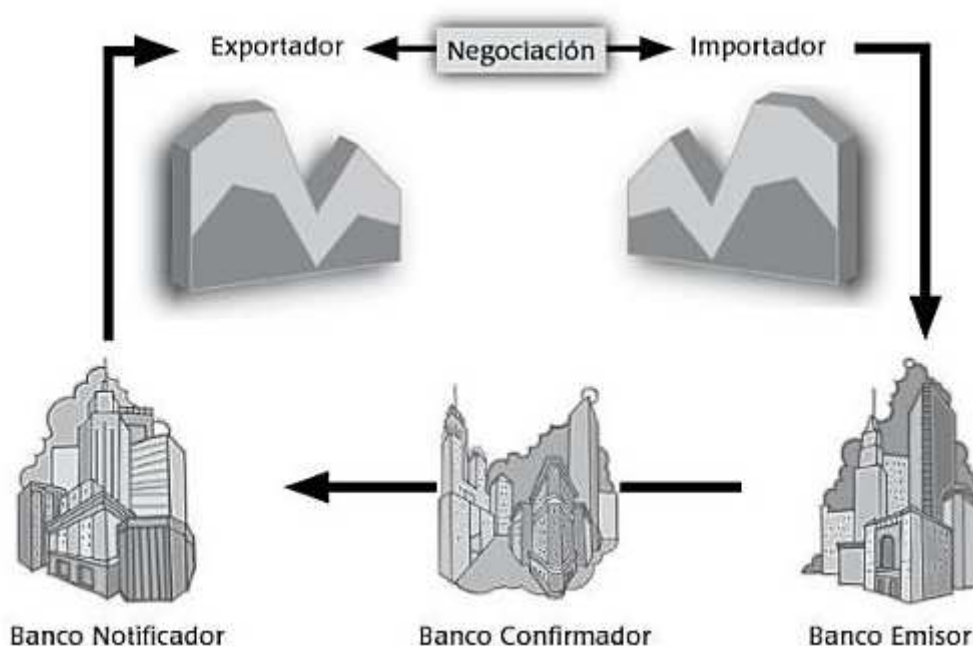
Elaborado por:(SENAE, 2010)

### 5.12.8. Forma de pago

La forma de pago sugerida es la carta confirmada que se define como: “Una carta de crédito garantiza al exportador que el banco del importador pagará las importaciones. Existe una relación de crédito entre el importador y el banco del importador (banco de apertura)”. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2004, pág. 525)

“Una carta de crédito confirmada posee una garantía adicional del banco del exportador: si el banco del importador omite el pago, el banco del exportador debe pagar” (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2004, pág. 525)

Además dentro de la transacción con carta de crédito se puede incluir un banco confirmante tal como lo indica la el gráfico a continuación:



**Fuente:**(Fernández Russo, 2006, pág. 37)

**Elaborado por:**(Fernández Russo, 2006)

Las condiciones que deben cumplirse para que un banco confirme un crédito documentario, son las siguientes:

- El crédito debe ser irrevocable, lo cual indica que ningún banco añadirá su confirmación a una carta de crédito revocable.
- El crédito debe establecer, claramente, que instruye o autoriza al banco señalado a añadir su confirmación.
- El crédito debe estar disponible en el banco confirmador
- El contenido del crédito documentario no debe ser ambiguo y por tanto no puede contener frases o expresiones que conlleven a generar confusiones en la operación de pago e impida al vendedor cumplir con los términos y condiciones allí establecidas y por tanto se nos presenten situaciones que conduzcan a detener el pago al beneficiario. (Fernández Russo, 2006, pág. 37)

“Si la carta de crédito es irrevocable, ninguna de las condiciones se pueden modificar a menos que todas las cuatro partes estén de acuerdo de antemano” (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2004, pág. 526)

#### **5.12.9. Estrategia**

La estrategia a implementarse es la Exportación Directa, como inicio del proceso de internacionalización del producto en el mercado Alemán, esta se da cuando “la empresa gestiona directamente todas sus exportaciones desde el mercado de origen, es decir, trata con los clientes extranjeros, ya sean consumidores finales o intermediarios” (Munuera Alemán & Rodríguez Escudero, 2007, pág. 223).

Las principales opciones para la comercialización de los productos son:

- Venta a través de comisionistas en el país de destino
- La venta directa a clientes extranjeros (consumidores finales o intermediarios)

- Venta a través de un importador – distribuidor con el que la empresa ha alcanzado un acuerdo de distribución (Munuera Alemán & Rodríguez Escudero, 2007, pág. 223)

La empresa generalmente no controla las actividades de marketing, pero si tiene influencia sobre las características del producto, las condiciones de entrega y los medios de cobro. Es necesario para el desarrollo de esta alternativa el apoyo decidido de la Dirección de la empresa, con el fin de lograr la consolidación de las exportaciones y el mayor acceso a los mercados internacionales. (Munuera Alemán & Rodríguez Escudero, 2007, pág. 224)

Desde otra perspectiva la estrategia de exportación directa está sujeta a tres tipos de intermediarios:

- Importador: Compra los productos del exportador por su cuenta y riesgo, luego es revendida a compradores finales.
- Agente: Actúa en representación de la empresa exportadora en el país de destino. No toma posesión del producto y generalmente trabaja bajo comisión para varias empresas.
- Distribuidor: toma posesión de los productos, y es encargado de vender al cliente final por un margen de utilidad. Mantiene exclusividad territorial y vinculo a largo plazo con la exportadora. (Claver Cortés & Quer Ramón, 2000, pág. 39)

En el caso de exportación directa con personal propio se puede realizar a través de:

- Oficina de representación o enlace: es la cara visible de la empresa en el país. Se dará en caso de que se requiera presencia mínima ya que se vende a través de intermediarios locales.
- Delegación comercial: añadido a lo anterior, se encarga de publicidad y promociones y de las relaciones con cadenas de mayoristas y minoristas.

- Filial de ventas: es la máxima representación de la exportación directa, tiene una fuerza de ventas propia y asume todas las funciones comerciales de ese mercado. Generalmente es una empresa legalmente constituida en el país. (Claver Cortés & Quer Ramón, 2000, pág. 40)

Dentro de las principales ventajas de la exportación directa se tiene:

- Mayor control sobre las variables del marketing
- Mayor concentración del esfuerzo comercial en el producto de la empresa
- Mejor y más rápida información sobre el mercado de destino
- Protección de marca y otros activos intangibles. (Claver Cortés & Quer Ramón, 2000, pág. 41)

En contra de la exportación directa se encuentran las siguientes desventajas:

- Se necesitan conocer a profundidad los procedimientos de cobro y envío de productos.
- Presenta mayores costos de puesta en marcha
- Requerimientos de información y riesgos. (Claver Cortés & Quer Ramón, 2000, pág. 41)

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

Las conclusiones derivadas del proceso de levantamiento y análisis de información son las siguientes:

1. Las perspectivas comerciales del mercado alemán respecto al consumo de la carne de conejo inciden en la oferta potencial en el mercado de Santo Domingo de los Tsáchilas.
2. Los productores se muestran dispersos y heterogéneos, la mayor intensidad de producción se encuentra en los pequeños productores, siendo el 48,85% del total de las tierras de más de 200 hectáreas agroproductivas de la provincia.
3. El Ecuador no explota la actividad de crianza y faenamiento de los conejos para obtención de carne a gran escala, generalmente lo hace de forma artesanal para autoconsumo, por lo que esta actividad es relativamente nueva.
4. Localmente se comercializa el conejo por kilogramo entre los 9 y 9,75 dólares el kilogramo, dejando una rentabilidad promedio del 40%; esto de forma artesanal.
5. El margen de contribución que tiene los importadores es de al menos 5,5 euros por kilogramo de carne producido en Ecuador, el costo de producción es de 7,5 euros por kilogramo de carne.
6. Las condiciones del mercado permiten confirmar que existen posibilidades de exportación del conejo obteniendo el beneficio del 0% de arancel para el producto según el régimen SGP.

7. Existe rentabilidad para los productores si realizan la producción tecnificada y el faenamiento bajo condiciones técnicas.
8. El consumo nacional aparente en Alemania indica una tendencia a la alza en el consumo de carne de conejo partiendo desde 0,51 kg. por persona, y los precios del kilo de carne varían entre 4,49 euros por el kg. de filetes hasta 19,9 euros por kg. de patas de conejo, lo que muestra posible la rentabilidad en la exportación.
9. La exportación hacia Alemania será de forma mensual, por la cantidad esperada de producción en Santo Domingo este deberá ser de un contenedor con capacidad para transportar 1,92 toneladas.
10. A través de la exportación directa los productores no necesitarán un representante en Alemania para la comercialización del producto, sino que todo se realizará por medio del intermediario correspondiente.

## **6.2.Recomendaciones**

1. Dar paso a la producción de carne de conejo en el Ecuador y en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, bajo estándares internacionales y respetando la calidad de vida de los animales
2. Consolidar un modelo de producción a través de asociaciones o clúster que permita juntar la producción de varias fincas pequeñas y consolide una oferta exportable que compita con otros proveedores en países como China y España.
3. Mejorar el rendimiento en la crianza de animales en la provincia a través de la descripción de las mejores prácticas para cuidado del conejo y las especies utilizadas para la obtención de carne.

4. Procurar un medio de comercialización del remanente de la carne de conejo a nivel nacional con el fin de dar a conocer los beneficios de su consumo.
5. En función del consumo aparente, se recomienda el desarrollo de planes de exportación de carne de conejo para este mercado, teniendo en cuenta las condiciones y barreras existentes.
6. En función de los márgenes de contribución se debe definir el canal de comercialización adecuado para el producto, revisando la estructura de los canales en Alemania.
7. Procurar el apoyo de entidades gubernamentales ya que es el primer proyecto interesado en la industrialización de la carne de conejo y su exportación.
8. Definir las presentaciones y condiciones comerciales que deberán respetar los productores si quieren acceder al mercado alemán con el producto congelado.
9. Para incrementar la cantidad de exportación la producción deberá por lo menos ser duplicada, a fin de abarcar más productores nacionales y negociar potencialmente la entrada a otros países de la Unión Europea.
10. Al incrementar la producción y expandir los mercados nacionales e internacionales se deberá revisar la estrategia de exportación con el objetivo de brindar la máxima rentabilidad a los productores.



## BIBLIOGRAFÍA

1. Acuerdo de Asociación entre Centro América y la Unión Europea. (2007). *Otras carnes ( énfasis en carne de conejo)*. Costa Rica: AACUE.
2. Banco Interamericano de Desarrollo. (2010). *Guía para la exportación de productos agrícolas y alimentos a la Unión Europea*. BID.
3. Barreno, L. (2004). *Manual de Formulación y Evaluación de proyectos*. Quito.
4. BCE. (2013). *Estadísticas de comercio externo*. Quito: BCE.
5. Centro de investigación biológica. (2011). *Guía Práctica: Crianza de Conejo*. Lima: Universidad Católica Sedes Sapientiae.
6. Claver Cortés, E., & Quer Ramón, D. (2000). *Estrategias de internacionalización de la empresa*. Alicante: ECU.
7. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito.
8. Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2004). *Negocios internacionales. Ambientes y operaciones*. México: Pearson Educación.
9. Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional. (2001). *Manual de Cunicultura*. Buenos Aires: Dirección de Educación Agraria.
10. Fernández Russo, O. (2006). *Cartas de crédito y otros medios de pago en comercio internacional*. Caracas: Millenum.
11. Gobierno Autonomo Descentralizado de Santo Domingo. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Santo Domingo*. Santo Domingo: GAD Santo Domingo.
12. González, P., & Cabarca, F. (2008). *Producción de conejo de aptitud cárnica*. España: Sistemas de Producción Animal.
13. HAMBURG SUD ECUADOR / PROECUADOR. (2011). Costos de transporte.
14. INEC. (2010). *Encuesta de producción de superficie agropecuaria continua*. Quito: INEC.
15. INEC. (2011). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua*. Quito: INEC.
16. Limerin. (2000). *Manual Agropecuario*. Limerin.
17. MAGAP. (2001). *III Censo Nacional Agropecuario*. Quito: MAGAP.

18. Manual de buenas prácticas en la producción de carne de conejo. (2006). *Manual de buenas prácticas en la producción de carne de conejo*. México.
19. Marquez, D. (2009). *Propósito del envase y del proceso de envasado*. Buenos Aires: CYOVAC.
20. Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad. (2011). *Agendas para la transformación productiva regional: Santo Domingo de los Tsáchilas*. Quito: MPEC.
21. Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos*. Bogotá: MM Editores.
22. Munuera Alemán, J. L., & Rodríguez Escudero, A. I. (2007). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC.
23. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (1996). *El Conejo. Cría y Patología*. Roma.
24. PROECUADOR. (2013). *Ficha Comercial de Alemania*. Quito: PROECUADOR.
25. Real Academia Española. (2010). *Diccionario de la Lengua Española*. España.
26. Región Murcia. (2013). *Informe de Producción Región Murcia: Perfil de Alemania*. Murcia: N/A.
27. SENAE. (2010). *Incoterms*. Quito: SENAE.
28. Solís, J. C. (2013). *Procesamiento profesional y empaque de carne de conejo de calidad. Quinta María*. México.

## NETGRAFÍA

29. Active web. (2010). *Contenedores reefers*. Obtenido de [http://www.actiweb.es/corp\\_orelogistic\\_sac/contenedores\\_\\_reefers.html](http://www.actiweb.es/corp_orelogistic_sac/contenedores__reefers.html)
30. Al Invest. (10 de 07 de 2013). *Análisis del sector de Alimentación y Bebidas Procesadas en Alemania*. Obtenido de <http://www.al-invest4.com/minisite/sector/alemania/alemania1.html>
31. El Mercurio. (14 de Enero de 2011). *El Mercurio*. Obtenido de <http://www.elmercurio.com.ec/265832-produccion-textil-con-piel-de-conejo-con-miras-a-exportacion.html>
32. FAO. (1 de Julio de 2013). *Estadística de producción de carne de conejo en Alemania*. Obtenido de [http://faostat3.fao.org/home/index\\_es.html?locale=es#DOWNLOAD](http://faostat3.fao.org/home/index_es.html?locale=es#DOWNLOAD)
33. Gobierno del Distrito Federal México. (2012). *Comité Sistema producto Cunicola del Distrito Federal*. Obtenido de [http://dev.pue.itesm.mx/sagarpa/estatales/EPT%20COMITE%20SISTEMA%20PRODUCTO%20CUNICOLA%20DF/PLAN%20RECTOR%20QUE%20CONTIENE%20PROGRAMA%20DE%20TRABAJO%202012/PR\\_CUNICOLA\\_DF\\_2012.pdf](http://dev.pue.itesm.mx/sagarpa/estatales/EPT%20COMITE%20SISTEMA%20PRODUCTO%20CUNICOLA%20DF/PLAN%20RECTOR%20QUE%20CONTIENE%20PROGRAMA%20DE%20TRABAJO%202012/PR_CUNICOLA_DF_2012.pdf)
34. ICEX. (3 de Marzo de 2010). *Identificación de socios, store check y nota de mercado para Business S.A. en Alemania*. Obtenido de <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4535513>
35. Indexmundi. (Junio de 2013). <http://www.indexmundi.com>. Obtenido de <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=gm&v=21&l=es>
36. Losada, A. (Julio de 2013). *Cabaña Lagunita*. Obtenido de <http://www.criadeconejos.com.ar/html/pielesconejos.html>
37. Made in Argentina. (15 de Julio de 2013). *Made in Argentina*. Obtenido de <http://www.made-in-argentina.com/alimentos/carnes/temas%20relacionados/exportacion%20de%20carne%20de%20conejo.htm>
38. Ministerio de Salud Pública. (22 de Julio de 1999). *Código de la Salud: Requisitos para obtener el Registro Sanitario*. Obtenido de

- <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/requisitos-y-tramites-para-obtener-el-registro-sanitario>
39. SENPLADES. (2009). *www.senplades.gob.ec*. Obtenido de <http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-11;jsessionid=350D6142F7ECF83BE4F059B083108C70.nodeaplan>
40. Tecnología de Limpieza. (2012). Cajones para transporte. Obtenido de <http://www.tecnologiaenlimpieza.com/cajones.html>TRADE MAP. (1 de Julio de 2013). *Estadísticas de Comercio de Carne de Conejo* . Obtenido de [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)
41. TRADEMAP. (20 de 07 de 2013). *Market Access Map*. Obtenido de <http://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariff.aspx>
42. Tuscor Llouys Global Logistics. (01 de 12 de 2009). *Contenedores refrigerados*. Obtenido de <http://www.tuscorlloyds.es/recursos-envio/especificaciones-de-contenedores/contenedores-refrigerados/>



## Anexo N° 2: Productores de Carne de Conejo en la UE

### PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES DE CARNE DE CONEJO EN LA UNIÓN EUROPEA (miles de toneladas)

PAÍSES	1987	1992	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Bélg-Luxem	17,0	25,0	20,0	18,0	18,0	15,0	15,0	12,0	10,0	10,0	10,0	10,0
R. Checa					27,2	27,0	25,3	23,3	20,5	18,0	16,0	12,0
Grecia	4,0	7,0	4,5	4,4	5,0	4,8	4,8	4,8	5,0	5,0	5,0	5,0
España *	80,0	89,6	80,0	75,3	72,2	70,5	72,3	74,7	61,0	61,2	63,5	67,2
Francia	160,0	150,0	125,0	120,0	115,0	110,0	105,0	102,0	97,0	93,0	90,0	88,5
Italia	206,0	223,0	146,0	135,0	135,0	138,0	125,0	132,0	132,0	130,0	130,0	130,0
Holanda		13,0	9,0	9,0	8,0	8,0	8,0	7,0	7,0	7,0	7,0	7,0
Polonia					4,3	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2
Eslovaquia					3,7	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6
Resto					0,2	0,2	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
<b>U. Europea</b>	<b>467,0</b>	<b>507,6</b>	<b>384,5</b>	<b>361,7</b>	<b>386,6</b>	<b>381,3</b>	<b>363,3</b>	<b>363,9</b>	<b>340,5</b>	<b>332,2</b>	<b>329,5</b>	<b>327,7</b>

\* A partir del año 2002 nueva metodología en las encuestas de sacrificio de conejos en España.

Fuentes: estadísticas del MAGRAMA y Comisión de la Unión Europea.

Elaboración: S.G. Productos Ganaderos.

### Anexo N° 3: Proyección de la producción de carne de conejo en Alemania

Año	Producción	Tasa de crecimiento anual
2003	40.560	
2004	33.000	-18,6%
2005	32.772	-0,7%
2006	32.000	-2,4%
2007	34.991	9,3%
2008	33.600	-4,0%
2009	35.000	4,2%
2010	37.500	7,1%
2011	37.500	0,0%

Años	y Exportaciones	X	(X*Y)	X2	Y2
2003	40.560	-4	(162.240,00)	16	1.645.113.600,00
2004	33.000	-3	(99.000,00)	9	1.089.000.000,00
2005	32.772	-2	(65.544,00)	4	1.074.003.984,00
2006	32.000	-1	(32.000,00)	1	1.024.000.000,00
2007	34.991	0	-	0	1.224.370.081,00
2008	33.600	1	33.600,00	1	1.128.960.000,00
2009	35.000	2	70.000,00	4	1.225.000.000,00
2010	37.500	3	112.500,00	9	1.406.250.000,00
2011	37.500	4	150.000,00	16	1.406.250.000,00
<b>TOTALES</b>	<b>316.923,00</b>		<b>7316</b>	<b>60</b>	<b>11.222.947.665,00</b>

$$Y = a + bx$$

$$a = \$ 35.213,67$$

$$b = \$ 121,93$$

Años	a	b	x	Producción
2012	35.213,67	121,93	5,00	35.823
2013	35.213,67	121,93	6,00	35.945
2014	35.213,67	121,93	7,00	36.067
2015	35.213,67	121,93	8,00	36.189
2016	35.213,67	121,93	9,00	36.311
2017	35.213,67	121,93	10,00	36.433
2018	35.213,67	121,93	11,00	36.555
2019	35.213,67	121,93	12,00	36.677
2020	35.213,67	121,93	13,00	36.799

### Anexo N° 4: Proyección de las importaciones de carne de conejo de Alemania

Año	Importaciones	Tasa de crecimiento anual
2003	6.616	
2004	6.420	-2,96%
2005	8.689	35,34%
2006	8.994	3,51%
2007	9.017	0,26%
2008	8.892	-1,39%
2009	5.273	-40,70%
2010	6.715	27,35%
2011	6.542	-2,58%

Años	y Importaciones	X	(X*Y)	X2	Y2
2003	6.616	-4	(26.464,00)	16	43.771.456,00
2004	6.420	-3	(19.260,00)	9	41.216.400,00
2005	8.689	-2	(17.378,00)	4	75.498.721,00
2006	8.994	-1	(8.994,00)	1	80.892.036,00
2007	9.017	0	-	0	81.306.289,00
2008	8.892	1	8.892,00	1	79.067.664,00
2009	5.273	2	10.546,00	4	27.804.529,00
2010	6.715	3	20.145,00	9	45.091.225,00
2011	6.542	4	26.168,00	16	42.797.764,00
<b>TOTALES</b>	<b>67.158,00</b>		<b>-6345</b>	<b>60</b>	517.446.084,00

$$Y = a + bx$$

$$a = \$ 7.462,00$$

$$b = \$ (105,75)$$

Años	a	b	x	Importaciones
2012	7.462,00	(105,75)	5,00	6.933
2013	7.462,00	(105,75)	6,00	6.828
2014	7.462,00	(105,75)	7,00	6.722
2015	7.462,00	(105,75)	8,00	6.616
2016	7.462,00	(105,75)	9,00	6.510
2017	7.462,00	(105,75)	10,00	6.405
2018	7.462,00	(105,75)	11,00	6.299
2019	7.462,00	(105,75)	12,00	6.193
2020	7.462,00	(105,75)	13,00	6.087



### Anexo N° 5: Proyección de las importaciones de carne de conejo de Alemania

Año	Exportaciones	Tasa de crecimiento anual
2003	585	
2004	832	42,22%
2005	932	12,02%
2006	419	-55,04%
2007	742	77,09%
2008	548	-26,15%
2009	665	21,35%
2010	802	20,60%
2011	704	-12,22%

Años	y Exportaciones	X	(X*Y)	X2	Y2
2003	585	-4	(2.340,00)	16	342.225,00
2004	832	-3	(2.496,00)	9	692.224,00
2005	932	-2	(1.864,00)	4	868.624,00
2006	419	-1	(419,00)	1	175.561,00
2007	742	0	-	0	550.564,00
2008	548	1	548,00	1	300.304,00
2009	665	2	1.330,00	4	442.225,00
2010	802	3	2.406,00	9	643.204,00
2011	704	4	2.816,00	16	495.616,00
<b>TOTALES</b>	<b>6.229,00</b>		<b>-19</b>	<b>60</b>	<b>4.510.547,00</b>

$$Y = a + bx$$

$$a = \$ 692,11$$

$$b = \$ (0,32)$$

Años	a	b	x	Exportaciones
2012	692,11	(0,32)	5,00	691
2013	692,11	(0,32)	6,00	690
2014	692,11	(0,32)	7,00	690
2015	692,11	(0,32)	8,00	690
2016	692,11	(0,32)	9,00	689
2017	692,11	(0,32)	10,00	689
2018	692,11	(0,32)	11,00	689
2019	692,11	(0,32)	12,00	688
2020	692,11	(0,32)	13,00	688

### Anexo N° 6: Proyección de la población de Alemania

Año	Población	Tasa de crecimiento anual
2004	82.424.610	
2005	82.431.390	0,01%
2006	82.422.300	-0,01%
2007	82.400.990	-0,03%
2008	82.369.550	-0,04%
2009	82.329.760	-0,05%
2010	82.282.990	-0,06%
2011	81.471.830	-0,99%
2012	81.305.860	-0,20%

Años	y Población	X	(X*Y)	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
2004	82.424.610	-4	(329.698.440,00)	16	6.793.816.333.652.100,00
2005	82.431.390	-3	(247.294.170,00)	9	6.794.934.057.332.100,00
2006	82.422.300	-2	(164.844.600,00)	4	6.793.435.537.290.000,00
2007	82.400.990	-1	(82.400.990,00)	1	6.789.923.152.980.100,00
2008	82.369.550	0	-	0	6.784.742.767.202.500,00
2009	82.329.760	1	82.329.760,00	1	6.778.189.381.657.600,00
2010	82.282.990	2	164.565.980,00	4	6.770.490.443.340.100,00
2011	81.471.830	3	244.415.490,00	9	6.637.659.083.548.900,00
2012	81.305.860	4	325.223.440,00	16	6.610.642.870.339.600,00
<b>TOTALES</b>	<b>739.439.280,00</b>		<b>-7703530</b>	<b>60</b>	<b>60.753.833.627.343.000,00</b>

$$Y = a + bx$$

$$a = \$ 82.159.920,00$$

$$b = \$ (128.392,17)$$

Años	a	b	x	Población
2013	82.159.920,00	(128.392,17)	5,00	81.517.959
2014	82.159.920,00	(128.392,17)	6,00	81.389.567
2015	82.159.920,00	(128.392,17)	7,00	81.261.175
2016	82.159.920,00	(128.392,17)	8,00	81.132.783
2017	82.159.920,00	(128.392,17)	9,00	81.004.391
2018	82.159.920,00	(128.392,17)	10,00	80.875.998
2019	82.159.920,00	(128.392,17)	11,00	80.747.606
2020	82.159.920,00	(128.392,17)	12,00	80.619.214

## Anexo N° 7: Modelo de registro sanitario para carne de conejo en España

Certificado sanitario para la exportación de carne de conejo y sus productos <sup>(1)</sup> de España a Japón. /  
**Health certificate for export of rabbit meat and its products <sup>(1)</sup> from Spain to Japan.**

Número de certificado. / <b>Certificate Number:</b> .....
Autoridad certificadora / <b>Certifying authority:</b> .....
Nombre y dirección del consignador / <b>Name and address of consignor:</b> .....
Nombre y dirección del destinatario / <b>Name and address of consignee:</b> .....
País de origen / <b>Country of origin:</b> .....
Puerto de embarque / <b>Port of shipment:</b> .....
Puerto de destino / <b>Port of destination:</b> .....
Medio de transporte <sup>(2)</sup> / <b>Means of transport <sup>(2)</sup>:</b> .....
N° de precinto / <b>No. of seal:</b> .....
<b>I. IDENTIFICACIÓN DE LA CARNE DE CONEJO Y SUS PRODUCTOS / IDENTIFICATION OF THE RABBIT MEAT AND ITS PRODUCTS.</b>
Nombre de las piezas o productos / <b>Name of cuts or products:</b> .....
Fecha de sacrificio de los conejos / <b>Date of slaughter of the rabbits:</b> .....
País de sacrificio de los conejos / <b>Country of slaughter of the rabbits:</b> .....
Número de embalajes / <b>Number of parcels:</b> .....
Peso neto / <b>Net weight:</b> .....
<b>II. ORIGEN DE LA CARNE DE CONEJO Y SUS PRODUCTOS / ORIGIN OF THE RABBIT MEAT AND ITS PRODUCTS.</b>
Nombre, dirección y número de registro sanitario del matadero / <b>Name, address and registration number of the slaughterhouse:</b> .....
Nombre, dirección y número de registro sanitario de la sala de despiece <sup>(3)</sup> / <b>Name, address and registration number of the cutting plant <sup>(3)</sup>:</b> .....
Nombre, dirección y número de registro sanitario de la industria cárnica <sup>(3)</sup> / <b>Name, address and registration number of the processing plant <sup>(3)</sup>:</b> .....
Nombre, dirección y número de registro sanitario del almacén frigorífico <sup>(3)</sup> / <b>Name, address and registration number of the cold store <sup>(3)</sup>:</b> .....

## Anexo N° 8: Solicitud de Registro Sanitario Ecuador

Señor:

DIRECTOR GENERAL DE SALUD

Presente.

De conformidad con el artículo 100 del Código de la Salud, solicito a usted la inscripción (o reinscripción) del siguiente producto:

NOMBRE COMPLETO DEL PRODUCTO:

Específico:.....

Comercial:.....

LOTE: ..... FECHA DE ELABORACION: .....

TIEMPO MAXIMO DE CONSUMO: ..... FECHA DE VENCIMIENTO:.....

FORMULA CUALI-CUANTITATIVA: Ingredientes en orden decreciente de propiedades usadas, incluyendo aditivos (En caso de productos nacionales debe declarar el número de Registro Sanitario), expresados en unidades del Sistema Internacional, relacionado a 100 g. ó 100 ml.

CONDICIONES DE CONSERVACION: .....

FORMAS DE PRESENTACION:

ENVASE: .....MATERIAL DEL ENVASE: .....

(Interno, inmediato y/o externo)

CONTENIDO (En unidades del Sistema Internacional, de acuerdo a la Ley de Pesas y Medidas).

FABRICANTE:

Nombre (Persona natural o jurídica): .....

Ciudad: .....Calle:..... No.:..... Tel./Fax:.....

SOLICITANTE DEL REGISTRO SANITARIO (Puede ser el mismo fabricante):

Nombre (Persona natural o jurídica): .....

Dirección.- Calle:.....No.: .....Tel./Fax: .....

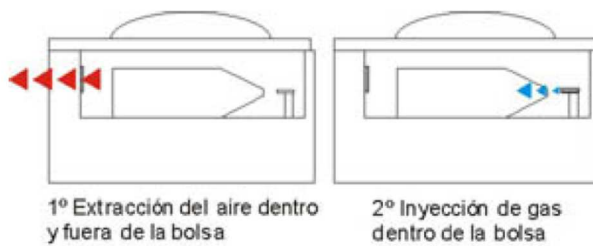
- a. GERENTE GENERAL O (f) REPRESENTANTE TECNICO:  
 REPRESENTANTE LEGAL QUIMICO FARMACEUTICO,  
 BIOQUIMICO FARMACEUTICO O  
 INGENIERO EN ALIMENTOS  
 CON No. REGISTRO EN EL M.S.P.  
 (f) ABOGADO  
 No. Matricula

## Anexo N° 9: Proceso de empaque al vacío

### Sistema de envasado con gas para atmósfera controlada.

Nuevos desarrollos de envasado utilizan gases para el envasado al vacío de ciertos productos que por su estructura no soportan la fuerza que ejerce el vacío total. En el envasado con atmósfera controlada se reemplaza el aire con una mezcla de gases que compensan la presión atmosférica dentro del envase con la exterior (Presión ambiente), esto evita que el producto se aplaste.

La mezcla de gases se compone por lo general de Nitrógeno y Dióxido de Carbono, dependiendo de los productos a envasar es el porcentaje de cada gas en la mezcla.



( La presión atmosférica dentro de la bolsa y dentro de la cámara de vacío es siempre la misma por este motivo el producto nunca se deforma )

Ejemplo de productos envasados en atmósfera controlada:

- Sandwiches.
- Pizzas - pizzetas.
- Panqueques.
- Budines.
- Biscochuelos.
- Pastas.
- Quesos con "ojos" tipo gruyere.
- Verduras.
- Comidas preparadas.



## Anexo N° 10: Certificado de Origen Ecuapass

The screenshot shows the Ecuapass website interface. At the top, there is a banner with the text "Certificados de Origen" and the logo of "ADUANA DEL ECUADOR". Below the banner, there is a navigation menu with four main sections: "Tramites operativos", "Servicio de Informacion", "Soporte al Cliente", and "Ventanilla Única". The "Ventanilla Única" section is currently selected. Below the navigation menu, there is a sub-menu for "Ventanilla Única" with the option "4.4 Elaboración de CO". The main content area is titled "Solicitud Tramites" and contains a table with the following items:

MIPRO	
Certificados de Origen SGP	Seleccionar
Certificados de Origen ATPDEA	Seleccionar
Certificados de Origen CAN/ALADI	Seleccionar
Certificados de Origen CAN/MERCOSUR	Seleccionar
Certificados de Origen ACE65	Seleccionar
Certificados de Origen Terceros Países	Seleccionar
Certificados de Origen Acuerdo de Cartagena	Seleccionar
Modulo de Subida en Lote Para Certificados de Origen	Seleccionar