

**María Cristina Grant Terán
Daniel Felipe Jaramillo Arellano**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE
EXPORTACIÓN DE CARNE DE PATO
PATO XPORT**

Trabajo de Conclusión de Carrera
(T.C.C.) presentado como
requisito parcial para la obtención
del grado en Ingeniería Comercial
de la de la Facultad de Negocios y
Economía

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

Quito, 2015

GRANT, María y JARAMILLO, Daniel, Proyecto de Factibilidad de Exportación de Carne de Pato “Pato Xport”. Quito: UPACÍFICO, 2015, 187p. Raúl Stiegwardt (Trabajo de Conclusión de Carrera-T.C.C. presentado a la Facultad de Negocios y Economía de La Universidad del Pacífico).

Resumen: Pato Xport Cía. Ltda., está enfocado a la exportación de carne de pato a Hong Kong, donde este cárnico es muy apreciado, valorado y forma parte básica en la alimentación cotidiana. Cada día son más las personas que consumen carne de pato por ser altamente nutritiva, saludable y tener buen sabor; recordemos que todo ser humano por instinto quiere tener una excelente salud y cada día se suman más individuos a este principio. El proyecto se implementará en la provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia rural de Puembo, la empresa Pato Xport Cía. Ltda., para que se encargue de la crianza, producción y exportación del cárnico de excelente calidad. La oportunidad de diversificar y ampliar el mercado de exportación de carne a nivel del territorio ecuatoriano, permite fortalecer y retroalimentar el aparato productivo del país y contribuir activamente a su mejoramiento.

Palabras claves: Exportación, carne de Pato, Avícola

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, María Cristina Grant Terán y Daniel Felipe Jaramillo Arellano declaramos ser los autores exclusivos del presente trabajo de conclusión de carrera.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieren de la misma son de nuestra responsabilidad.

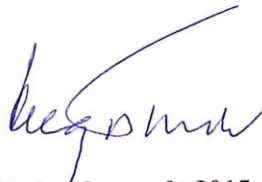
Por medio del presente documento cedemos nuestros derechos de autores a la Universidad Del Pacífico para que pueda hacer uso del texto completo del trabajo de conclusión de carrera a título “Proyecto de Factibilidad de Exportación de Carne de Pato – Pato Xport” con fines académicos y/o de investigación.



Quito, 2015

CERTIFICACIÓN

Yo, Raúl Stiegwardt, docente de la Facultad de Negocios y Economía de la Universidad Del Pacifico, como Director del presente trabajo de conclusión de carrera, certifico que los señores María Cristina Grant Terán y Daniel Felipe Jaramillo Arellano egresados de ésta institución, son autores exclusivos del presente trabajo, el mismo que es auténtico, original e inédito



Quito, 11 de febrero de 2015

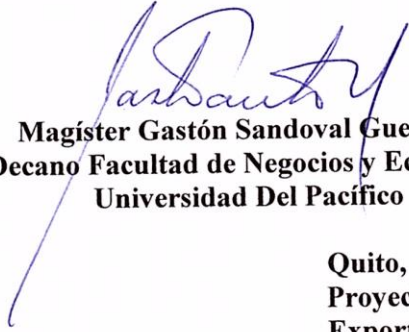
DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

Al presentar este Trabajo de Conclusión de Carrera como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ingeniería Comercial de la Universidad Del Pacifico, hago entrega del documento en ciernes, a la Biblioteca de la Universidad para que haga de este trabajo investigativo un documento disponible para su lectura.

Los estudiantes han certificado estar de acuerdo en que se realice cualquier consulta de este Trabajo de Conclusión de Carrera dentro de las Regulaciones de la Universidad, según como lo dictamina la L.O.E.S. 2010 en su Art. 144.

Conforme a lo expresado, adjunto a la presente, se servirá encontrar cuatro copias digitales de este Trabajo de Conclusión de Carrera para que ingresen a custodia de la Universidad Del Pacífico, los mismos que podrán ser utilizados para fines académicos y de investigación.

Para constancia de esta declaración, suscribe



Magister Gastón Sandoval Guerrero
Decano Facultad de Negocios y Economía
Universidad Del Pacifico

Fecha:	Quito, 24 de febrero de 2015
Título del T.C.C.:	Proyecto de Factibilidad de Exportación de Carne de Pato: "Pato Xport"
Autores:	María Cristina Grant Terán Daniel Felipe Jaramillo Arellano
Tutor:	Licenciado Raúl Stiegwardt
Miembros del Tribunal:	Dr. Javier Acuña Pazmiño Ph. D. Alfredo Vergara Recalde
Fecha de sustentación y/o fecha calificación:	11 de Febrero de 2015

CONTENIDO GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	XV
INTRODUCCIÓN.....	1
1. LINEAMIENTOS DEL ESTUDIO	2
1.1 Fundamentos teóricos.....	2
1.2 Problema.....	11
1.2.1 Planteamiento	11
1.1.2 Sistematización	12
1.3 Objetivos del proyecto.....	13
1.3.1 Objetivo General	13
1.3.2 Objetivos Específicos.....	13
1.4 Justificación.....	14
1.4.1 Oportunidad.....	15
1.4.2 Viabilidad	16
1.4.3 Importancia.....	17
1.5 Presuposiciones e Hipótesis	17
1.5.1 Presuposiciones.....	17
1.5.2 Hipótesis	18
1.6 Metodología utilizada	18
2. MARCO REFERENCIAL	20
2.1 Marco teórico	20

2.1.1	Origen del pato doméstico	21
2.1.2	Utilidad del pato doméstico	22
2.1.3	Reproducción del pato	23
2.1.4	Características de razas y carnes de patos.....	26
2.2	Marco conceptual	31
3.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	37
3.1	Económico	37
3.2	Social	41
3.3	Cultural.....	43
3.4	Político	44
3.5	División política administrativa	45
3.6	Demográfico	46
3.7	Legal.....	47
3.8	Ecológico	48
3.9	Tecnológico.....	48
3.10	Ambiental	50
4.	ESTUDIO DEL MERCADO.....	51
4.1	Análisis de la demanda.....	51
4.2	Necesidades del cliente	55
4.3	Encuestas	57
4.3.1	Muestra.....	58
4.3.2	Segmentación del mercado	60

4.4	Análisis de la oferta	72
4.5	Plaza	74
4.6	Comercialización	74
4.7	Comunicación.....	77
5.	MARKETING MIX	78
5.1	Definición del Producto.....	78
5.2	Análisis de precios	79
6.	PLAN ESTRATÉGICO.....	80
6.1	Directrices de la Empresa	80
6.1.1	Misión	80
6.1.2	Visión	81
6.1.3	Valores Organizacionales	81
6.2	Objetivos.....	82
6.2.1	Objetivo general	82
6.2.2	Objetivos específicos	82
6.3	FODA	82
6.3.1	Análisis interno	83
6.3.2	Análisis externo.....	84
6.4	Matriz de relación.....	86
6.5	Matriz de estrategia de actuación	89
6.6	Análisis de las cinco fuerzas de Porter	90
6.6.1	Poder de negociación de los clientes	90

6.6.2	Poder de negociación de los proveedores	91
6.6.3	Amenaza de nuevos productos	91
6.6.4	Amenaza de productos sustitutos	92
6.6.5	Rivalidad entre los competidores.....	92
6.7	Ciclo de vida del producto	93
6.8	Plan de implantación	94
7.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	95
7.1	Ubicación del proyecto	95
7.2	Tamaño del proyecto	97
7.3	Estructura de la empresa	98
7.4	Descripción de puestos	100
7.5	Manual de funciones.....	127
7.6	Sueldos y salarios	128
7.7	Estándares de calidad y Normas ISO	129
8.	INGENIERÍA DEL PROYECTO	131
8.1	Empresa	131
8.1.1	Tipo	132
8.1.2	Nombre	132
8.1.3	Conformación jurídica.....	132
8.2	Inversión	132
8.2.1	Infraestructura física	133
8.2.2	Materia prima, materiales e insumos	134

8.2.3	Equipamiento.....	134
8.2.4	Recursos tecnológicos.....	135
8.2.5	Flujo operativo proyectado	136
8.2.6	Costos de operación.....	138
8.2.7	Inversión total.....	139
9.	ANÁLISIS ECONÓMICO - FINANCIERO.....	140
9.1	Beneficios del proyecto.....	140
9.2	Proyección financiera	141
9.3	Definición de la tasa de descuento.....	142
9.4	Flujo proyectado a 5 años	142
9.5	Financiamiento del proyecto	144
9.6	Punto de equilibrio	145
9.7	VAN, TIR y PPD.....	146
9.8	Análisis de escenarios	147
9.8.1	Análisis de sensibilidad	147
9.8.2	Resumen de escenarios.....	148
9.8.3	Esperanza matemática	149
10.	RIESGOS.....	150
11.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	152
11.1	Conclusiones.....	152
11.2	Recomendaciones.....	153
12.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	154

BIBLIOGRAFÍA.....	155
ANEXOS	158

CUADROS

CUADRO N° 1. COMPOSICIÓN POR PORCIÓN COMESTIBLE DE 100 GRAMOS DE CARNE DE PATO.....	30
CUADRO N° 2. EVOLUCIÓN DEL PIB.....	39
CUADRO N° 3. CRECIMIENTO ESTIMADO DEL PIB.....	39
CUADRO N° 4. EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN.....	40
CUADRO N° 5. ÍNDICE EKOS DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	40
CUADRO N° 6. INDICADORES ECONÓMICOS.....	41
CUADRO N° 7. PRINCIPALES INDICADORES SOCIALES.....	42
CUADRO N° 8. DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA.....	46
CUADRO N° 9. PRODUCCIÓN DE CARNE DE PATO.....	52
CUADRO N° 10. IMPORTADORES DE CARNE DE PATO (Ton).....	53
CUADRO N° 11. IMPORTADORES DE CARNE DE PATO (%).....	54
CUADRO N° 12. PROYECCIÓN DEL 0,4% DE LA DEMANDA DEL MERCADO DE IMPORTACIÓN A HONG KONG.....	55
CUADRO N° 13. IMPORTACIÓN DE CÁRNICOS A HONG KONG.....	56
CUADRO N° 14. ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR.....	59
CUADRO N° 15. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	61
CUADRO N° 16. % DE LOS QUE SE PREOCUPAN DE LA ALIMENTACIÓN SANA.....	62
CUADRO N° 17. % DE CÓMO SE PREOCUPAN.....	63
CUADRO N° 18. % DE LOS QUE CONSUMEN.....	63
CUADRO N° 19. % HABITUALMENTE DEL TIPO.....	64
CUADRO N° 20. % DE FRECUENCIA DE CONSUMO DE CARNE.....	64

CUADRO N° 21. % DE CONOCIMIENTO DE.....	65
CUADRO N° 22. % DE LOS QUE HAN COMIDO CARNE DE PATO.....	65
CUADRO N° 23. % DE DONDE HA CONSUMIDO CARNE DE PATO.....	66
CUADRO N° 24. % DE OPINIÓN DE LA CARNE DE PATO.....	66
CUADRO N° 25. % DE LOS QUE COMPRARÍAN CARNE DE PATO.....	67
CUADRO N° 26. % DE PORQUE NO COMPRARÍAN.....	67
CUADRO N° 27. % DE PORQUE COMPRAN CARNE DE PATO.....	68
CUADRO N° 28. % DE SITIOS DE COMPRA DE CARNE DE PATO.....	68
CUADRO N° 29. % DE CUANDO COME CARNE DE PATO.....	69
CUADRO N° 30. % DE CUANDO PAGARÍAN POR UN.....	69
CUADRO N° 31. % DE EDAD.....	70
CUADRO N° 32. % DEL SEXO.....	70
CUADRO N° 33. % DE LA ACTIVIDAD PRINCIPAL.....	71
CUADRO N° 34. % DEL ESTADO CIVIL.....	71
CUADRO N° 35. % DE NACIONALIDAD.....	72
CUADRO N° 36. GASTO MENSUAL EN CÁRNICOS.....	73
CUADRO N° 37 ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA PATO XPORT.....	86
CUADRO N° 38. ANÁLISIS DE RELACIÓN DEL PROYECTO.....	88
CUADRO N° 39. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	94
CUADRO N° 40. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE IMPLANTACIÓN Y EJECUCIÓN.....	95
CUADRO N° 41. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO.....	97
CUADRO N° 42. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	99
CUADRO N° 43. SUELDOS Y SALARIOS.....	129
CUADRO N° 44. INFRAESTRUCTURA FÍSICA.....	133

CUADRO N° 45. MATERIA PRIMA, MATERIALES E INSUMOS	134
CUADRO N° 46. EQUIPAMIENTO	135
CUADRO N° 47. RECURSOS TECNOLÓGICOS Y ADQUISICIONES	136
CUADRO N° 48. FLUJO OPERATIVO PROYECTADO	137
CUADRO N° 49. CAPITAL DE TRABAJO	138
CUADRO N° 50. INVERSIÓN TOTAL	139
CUADRO N° 51. BENEFICIOS ECONÓMICOS	141
CUADRO N° 52. ELEMENTOS DE PROYECCIÓN FINANCIERA	141
CUADRO N° 53. DETERMINACIÓN TASA DE DESCUENTO.....	142
CUADRO N° 54. FLUJO PROYECTADO A 5 AÑOS.....	143
CUADRO N° 55. INGRESOS Y EGRESOS DISCRIMINADOS	144
CUADRO N° 56. INGRESOS Y EGRESOS TOTALES.....	144
CUADRO N° 57. INVERSIÓN VS INGRESOS.....	145
CUADRO N° 58. PUNTO DE EQUILIBRIO	146
CUADRO N° 59. PUNTO DE EQUILIBRIO	146
CUADRO N° 60. VAN, TIR Y PPD.....	147
CUADRO N° 61. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO	147
CUADRO N° 62. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO	148
CUADRO N° 63. RESUMEN DE ESCENARIOS DEL PROYECTO.....	149
CUADRO N° 64. ESPERANZA MATEMÁTICA DEL PROYECTO	149
CUADRO N° 65. PLAN DE TRABAJO.....	154

PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DE CARNE DE PATO PATO XPORT

RESUMEN EJECUTIVO

En Ecuador no existe la cultura de comer carne de pato, la cual tiene muy buenas características sensoriales y fisicoquímicas, que la convierten en un alimento altamente nutritivo y saludable; en el país se consume por lo general carnes tradicionales como de res, cerdo, pollo y pescado. Por lo tanto, excepto alguna excepción, no existe producción de este cárnico a nivel del territorio ecuatoriano para su consumo, ni para exportación.

Por lo anterior expuesto, el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, que manejará la empresa Pato Xport Cía. Ltda., esta enfocado a la exportación del producto a Hong Kong, donde este cárnico es muy apreciado, valorado y forma parte básica en la alimentación cotidiana.

Cada día son más las personas que consumen carne de pato por ser altamente nutritiva, saludable y tener buen sabor; recordemos que todo ser humano por instinto quiere tener una excelente salud y cada día se suman más individuos a este principio.

El proyecto se implementará en la provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia rural de Puembo, la empresa Pato Xport Cía. Ltda., para que se encargue de la crianza, producción y exportación del cárnico de excelente calidad.

La empresa Pato Xport Cía. Ltda., es rentable, sostenible y sustentable, se justifica desde el punto de vista social por capacitación y generación de empleo a la comunidad del entorno del proyecto.

La investigación de mercado evidenció que existe una demanda insatisfecha de carne de pato en Hong Kong y a nivel mundial, además se estableció que el producto cárnico se exportará a través de distribuidores.

Actualmente a nivel del territorio ecuatoriano, no se identificaron competidores directos para la exportación de carne de pato. Sin embargo a nivel de la importación de Hong Kong si existe competencia, la cual será contrarrestada brindando un producto y servicio de excelente calidad; que cumple con pautas mundiales, que le permite desplegar el cárnico con las exigencias del mercado internacional a menor costo.

En el mercado se accede a tecnologías, maquinarias y equipos de punta para la cría de patos, existe fácil acceso a materias primas e insumos, se cuenta con mano de obra calificada y altísimo control de calidad, por lo que producción garantiza condiciones técnicas y suministro permanente del cárnico a través del tiempo.

La oportunidad de diversificar y ampliar el mercado de exportación de carne a nivel del territorio ecuatoriano, permite fortalecer y retroalimentar el aparato productivo del país y contribuir activamente a su mejoramiento.

INTRODUCCIÓN

En la búsqueda de nuevas ideas dentro de la industria avícola nacional, es un concepto innovador la producción, comercialización y exportación de carne de pato, para consumo nacional e internacional.

Existe la tendencia de los:

- Restaurantes, hoteles y empresas dedicadas al servicio catering gourmet por innovar siempre su producción y permanecer sobre los estándares de calidad para satisfacer a los paladares más exigentes.
- Consumidores que buscan nuevas experiencias culinarias ya practicadas en otros países, principalmente de la Unión Europea y los países asiáticos.

En la actualidad mundial, empieza a surgir una preferencia generalizada por el intercambio cultural de tendencias gastronómicas; dicho intercambio ha crecido de manera importante en los últimos años y es ahí donde la carne de pato surge como una alternativa interesante debido a su peculiar y exquisito sabor.

Dentro de algunos años la carne de pato, puede ser uno de los productos de mayor preferencia entre las carnes de aves, tanto en la mente del consumidor final, como en el de los mejores chefs del país y del mundo; por ser un alimento recomendable para todas las edades y su poder nutricional.

La carne de pato se destaca por su contenido de proteínas de buena calidad y aporte vitamínico, por ejemplo, las vitaminas hidrosolubles: tiamina, riboflavina, niacina y vitamina B12. En cuanto a minerales, es una buena fuente de hierro hemo, de fácil absorción, fósforo y cinc¹.

1. LINEAMIENTOS DEL ESTUDIO

1.1 Fundamentos teóricos

Dentro de la revisión de la literatura y fundamentos teóricos, se indaga a nivel nacional y mundial.

En Ecuador la producción de animales no tradicionales, se inició durante la década de los noventa; se basó principalmente en el incremento de consumidores que buscan una alimentación gourmet y como alternativa para incrementar las utilidades de ganaderos y avicultores nacionales.

En el país la producción de patos es una actividad que recién empieza y tiene gran aceptación en los hoteles, restaurantes gourmet y restaurantes asiáticos.

Los productores locales de pato utilizan las razas moscovy barbarie o la mular, oriundas de Estados Unidos, el hígado, pechugas y muslos son las partes preferidas por los consumidores.

¹EL PATO EROSKI CONSUMER – 2009

En Ecuador el precio es menor, porque los insumos y la mano de obra son más baratos. Las carnes exóticas se han desarrollado en Estados Unidos como una nueva tendencia de consumo y dentro de estas, la carne de pato, es una de las preferidas por los consumidores en los restaurantes y hoteles.

En algunos países se habla de game meat o carne de caza, que incluye cualquier animal que puede ser cazado para alimento.

El pato se alimenta de granos triturados o harina de maíz, arroz, cebada, coracán, sorgo, salvado de arroz entre otros y en menor escala de semillas de algodón, maní y girasol².

A la hora de la reproducción, buscan lugares donde la pata no sea molestada, es decir: sitios alejados y cubiertos; esconden el nido entre el pasto y los arbustos.

La descendencia de los cruzamientos es fértil, la pata puede llegar a poner entre 4 y 12 huevos, que se incuban en 28 días; los patitos son cuidados por la hembra, nacen amarillentos, en pocas horas pueden dejar el nido y seguir a la madre que los guía en busca de alimentos.

El pato, pertenece al grupo carnes y por sus características está enmarcado dentro de la rama aves; es un alimento del reino animal incluido en la dieta, de la familia Anatidae, género Anas y especie *Platyrynchos*.

²INFORMACIÓN SOBRE EL PATO - 2013

En cuanto al aspecto nutricional, es un alimento con un importante aporte de retinol, vitamina A, sodio, vitamina B2, ácidos grasos monoinsaturados, vitamina B12, selenio, grasa, colesterol, ácidos grasos saturados, hierro, ácidos grasos poli insaturados, calorías, vitamina B9, cinc, vitamina B3, fósforo y proteínas.

El resto de nutrientes presentes en la carne de pato, ordenados por relevancia de su presencia, son: vitamina B6, agua, vitamina B, yodo, potasio, vitamina D, vitamina E, magnesio, hidratos de carbono, calcio y vitamina C.

Debido a la elevada concentración de retinol, el pato actúa como antioxidante, previniendo el envejecimiento celular y protegiendo el organismo frente a los radicales libres y la aparición de cáncer, a la vez aumenta la eficiencia del sistema inmunitario y reduce las probabilidades de ataques cardíacos.

El retinol contribuye además a prevenir determinadas alteraciones de la vista como cataratas, glaucoma, pérdida de visión o ceguera crepuscular, ayuda a combatir infecciones bacterianas como conjuntivitis y a mejorar la visión nocturna.

Por su composición, rica en vitamina A, el pato colabora en las funciones de crecimiento, mantenimiento y reparación del sistema óseo; también contribuye al desarrollo celular relacionado con la vista, mucosas, epitelios, piel, uñas, cabello y esmalte de dientes.

La vitamina A cumple además un rol determinante en la función reproductiva, contribuye tanto en la producción de esperma como en el ciclo reproductivo femenino y favorece el normal desarrollo de células y tejidos del feto durante el embarazo.

No es recomendable abusar del consumo del pato, porque la concentración de sodio en el plasma sanguíneo, está intrínsecamente relacionada con la presión sanguínea y la elevada presencia de este nutriente, puede ocasionar problemas cardiovasculares, hipertensión, retención de líquidos, inflamaciones y formación de cálculos³.

La carne de pato, constituye una fuente natural de vitamina B2 o riboflavina, lo que favorece la actividad oxigenadora intercelular, mejora el estado de las células del sistema nervioso, colabora en la regeneración de tejidos como piel, cabello, uñas, mucosas y de forma especial en la integridad de la córnea, contribuyendo de esta manera a mejorar la salud visual.

La vitamina B2 interviene además en la transformación de alimentos en energía, complementa a la vitamina E en su actividad antioxidante y a las B3 y B6 en la producción de glóbulos rojos, ayudando a mantener el sistema inmune en buen estado.

El contenido de ácidos grasos convierten al pato en una fuente de energía que ayuda a regular la temperatura corporal, a envolver y proteger órganos vitales

³MANUAL DE CRIANZA DE PATOS - 2006

como el corazón y los riñones, a transportar las vitaminas liposolubles: A, D, E y K facilitando así su absorción⁴.

A pesar de lo anterior citado, conviene controlar el consumo de alimentos ricos en grasa, porque el cuerpo almacena la que no necesita y esto conlleva a subidas de peso indeseadas e incremento de los niveles de colesterol y triglicéridos en la sangre.

La concentración de vitamina B12 o cobalamina en el pato, es beneficiosa para las funciones del sistema nervioso, corazón y cerebro, porque favorece el mantenimiento de la envoltura de mielina de las células nerviosas y participa en la síntesis de neurotransmisores, además se necesita para la conversión de ácidos grasos en energía y ayuda a mantener la reserva energética de los músculos a la vez que colabora para el buen funcionamiento del sistema inmunológico.

La presencia de la vitamina B12 en el organismo está íntimamente relacionada a la de la vitamina B9, siendo necesaria para el metabolismo del ácido fólico; al igual que ésta, la cobalamina interviene en la formación de glóbulos rojos y la síntesis de ADN, ARN y proteínas.

Por su contenido en selenio, la carne de pato refuerza la protección contra enfermedades cardiovasculares a la vez que estimula el sistema inmunológico.

El carácter antioxidante del selenio, retarda el proceso de envejecimiento celular,

⁴MANUAL DE CRIANZA DE PATOS - 2006

a la vez que le confieren propiedades preventivas contra el cáncer; la acción de este nutriente guarda relación con la actividad de la vitamina E.

El consumo de carne de pato aporta colesterol al organismo, requerido tanto en tejidos corporales, hígado, médula espinal, páncreas y cerebro; como el plasma sanguíneo, es esencial para crear la membrana plasmática que regula la entrada y salida de sustancias a través de las células.

Una dieta con una elevada cantidad de grasas saturadas, eleva los niveles de colesterol en la sangre y conlleva a un mayor riesgo de padecer aterosclerosis, que es el estrechamiento de las arterias por la acumulación de lípidos en sus paredes y otras enfermedades cardiovasculares.

El contenido de ácidos grasos convierten a la carne de pato en una fuente de energía que ayuda a regular la temperatura corporal, a envolver y proteger órganos vitales como corazón y riñones, a transportar las vitaminas liposolubles: A, D, E y K; facilitando así su absorción.

Por ser la carne de pato un alimento rico en hierro, que es necesario para la síntesis de hemoglobina, colabora en la renovación de las células sanguíneas, posibilitando el transporte de oxígeno desde los pulmones hacia los diferentes órganos, como: músculos, hígado, corazón y cerebro, siendo indispensable en determinadas funciones de este último, como la capacidad de aprendizaje.

El hierro además incrementa la resistencia ante enfermedades, reforzando las

defensas frente a los microorganismos; previene estados de fatiga o anemia y sin él no funciona el sistema nervioso central, el control de la temperatura corporal o la glándula tiroides.

La carne de pato, también es saludable para la piel, el cabello y las uñas; este alimento resulta muy beneficioso para el organismo en situaciones de carencia de hierro, ya sean como consecuencia de hábitos alimenticios inadecuados, durante la menstruación, el embarazo y tras accidentes u operaciones médicas donde se ha perdido sangre.

En una dieta balanceada, la presencia de alimentos con alto valor energético como la carne de pato, ayuda al sostenimiento de las funciones vitales y la temperatura corporal del cuerpo, así como al desarrollo de la actividad física, a la vez que aporta energía para combatir posibles enfermedades o problemas que pueda presentar el organismo.

El exceso de calorías, sólo es recomendable en personas que realizan una actividad física intensa, padecen de estrés, están enfermas o en recuperación de una intervención quirúrgica y en situaciones especiales como durante el período de crecimiento y renovación celular.

Gracias al contenido de vitamina B9 o ácido fólico, la carne de pato contribuye a la formación de células sanguíneas y glóbulos rojos, que ayudan a prevenir la anemia y a mantener sana la piel.

Igualmente, la vitamina B9 es indispensable para la correcta división y crecimiento celular, que es fundamental durante el embarazo y la infancia; el ácido fólico interviene en el metabolismo de proteínas, ADN y ARN; reduce el riesgo de aparición de deficiencias en el tubo neural del feto, estructura que dará lugar al sistema nervioso central.

Además, la vitamina B9 disminuye la posibilidad de presentar enfermedades cardiovasculares, previene algunos tipos de cáncer como la leucemia, estimula la formación de ácidos digestivos y ayuda a mejorar el apetito.

La carne de pato, gracias a su contenido de cinc, resulta muy beneficiosa en el proceso de formación de los huesos, así como en el desarrollo de los órganos reproductivos, favoreciendo el funcionamiento de la glándula prostática.

El cinc, además de ser un poderoso antioxidante natural, favorece la absorción de la vitamina A y la síntesis de proteínas como el colágeno, colabora en el adecuado crecimiento durante el embarazo, la niñez y la adolescencia, ayuda al mantenimiento de los sentidos de la vista, el gusto y el olfato.

El cinc está presente en los huesos, en diferentes tejidos del organismo como músculos, testículos, cabellos, uñas y revestimientos oculares.

La carne de pato, aporta vitamina B3 o niacina, que se requiere en el proceso de transformación de energía a partir de hidratos de carbono, proteínas y grasas.

La vitamina B3 contribuye a relajar vasos sanguíneos, dotándolos de elasticidad, a estabilizar los niveles de glucosa y ácidos grasos en la sangre, a reducir el colesterol secretado por el hígado.

Junto con otras vitaminas del complejo B, la niacina ayuda a mantener sana la piel y las mucosas digestivas, además colabora con el buen estado del sistema nervioso.

La carne de pato, por su contenido de fósforo, contribuye a mejorar algunas funciones del organismo como la formación y desarrollo de huesos y dientes, la secreción de leche materna, la división y metabolismo celular o la formación de tejidos musculares.

La presencia de fósforo, en forma de fosfolípidos, en las membranas celulares del cerebro es fundamental y contribuye a la comunicación entre sus células, mejorando de esta manera el rendimiento intelectual y la memoria.

Por su relevante aporte de proteínas, la carne de pato es idónea para el adecuado crecimiento y desarrollo del organismo; favorece las funciones inmunológica, estructural, enzimática que aceleran las reacciones químicas, homeostáticas que colaboran al mantenimiento del pH y protector defensivo.

Bajo este contexto de beneficios nutricionales y con el propósito de impulsar el emprendimiento orientado a conocer y validar aspectos técnicos, operativos y económicos de un producto innovador; nace el proyecto de factibilidad de

exportación de carne de pato, que cubre producción, comercialización y exportación de la carne de pato, para consumo nacional e internacional y busca generar una masa crítica que pueda abastecer el mercado regularmente.

La carne de pato, está catalogada nacional y mundialmente dentro de las exóticas y se comercializa internacionalmente bajo el código 1602.39.10.00 Prepar. y conser. de las demás aves de la partida 01.05, en trozos sazonados y congelados.

1.2 Problema

1.2.1 Planteamiento

La carencia de producción de patos en el mercado ecuatoriano, demuestra:

- No cultura a nivel nacional del consumo del cárnico en la dieta cotidiana.
- Falta de visión empresarial para comercializarla en el mercado mundial, como un negocio rentable de exportación a otros países que la consumen permanentemente.

Lo anterior se da fundamentalmente porque a nivel nacional la carne de pato no es muy conocida, es de difícil acceso para los compradores, se ignoran las propiedades nutritivas y se desconoce su calidad.

Los principales motivos que causan la falta de la comercialización de carne de pato en Ecuador son:

- Insuficiente instrucción gastronómica, que conlleva al no consumo usual
- Carencia en el mercado nacional de esta variedad avícola, que induce a no incluirla en la dieta regular
- Crianza a nivel familiar para el consumo de los integrantes del hogar y en algunos casos como ornamentales

La escasez de producción de carne de patos a nivel del territorio ecuatoriano, puede ser ocasionada por inexperiencia del negocio, baja comercialización y por la inversión inicial requerida para el desarrollo de la cantidad de aves para exportación y consumo nacional; además debe contarse con una campaña de lanzamiento y divulgación, para promover el consumo regular del producto en la dieta habitual de la población local.

1.2.1 Sistematización

- ¿Qué demanda la producción, comercialización y exportación de la carne de pato que evidencie necesidades de consumidores a nivel nacional e internacional?
- ¿Cuáles son los componentes requeridos para la exportación de carne de pato; que avalen manejo técnico, operativo, administrativo, económico y financiero de los recursos que garanticen y permitan la calidad óptima del producto?

- ¿Con el proyecto de factibilidad Pato Xport, se puede establecer de forma apta y específica los requerimientos técnicos, operativos, administrativos, económicos y financieros para desarrollar, ejecutar e implementar la exportación de carne de pato?
- ¿La carne de pato, es un producto que esta correlacionado con una buena y balanceada alimentación?
- ¿Cómo se puede establecer la oferta y el precio de la carne de pato, a nivel nacional e internacional, de manera que involucre necesidades y expectativas de los consumidores?

1.3 Objetivos del proyecto

1.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para ejecutar e implementar una empresa de producción y comercialización de carne de pato, con visión a exportación, altos estándares de calidad; para colaborar con el mejoramiento de la salud del ser humano, satisfaciendo nuevas necesidades de variedad gastronómica a nivel nacional e internacional, forjando divisas y trabajo en el territorio ecuatoriano.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar hábitos de consumo de carne de pato a nivel nacional e internacional
- Definir los principales países de destino para exportar la carne de pato
- Analizar el mercado ecuatoriano para establecer la demanda de carne de pato
- Fijar volúmenes de producción, comercialización y precios de la carne de pato
- Evaluar la competitividad de la carne de pato frente a otras carnes de aves que constituyan productos sustitutos

1.4 Justificación

El Proyecto de factibilidad de carne de pato - Pato Xport, se justifica porque genera una propuesta que permite llegar al mercado mundial y ecuatoriano; cumpliendo los estándares de calidad, exigidos por las normas internacionales y nacionales e interpelaciones universales con relación al producto; tendiente a cubrir una parte de la potencial demanda de consumidores de alimentos gourmet y saludable, más la de los países que la consumen periódicamente.

Además, el proyecto se justifica desde diferentes ámbitos porque se:

- Mejoran procesos lucrativos en forma integral, que fomentan actividades productivas, sostenibles y sustentables que van en beneficio del país
- Generan puestos de trabajo y mano de obra calificada a través de un sistema productivo avícola alterno como la crianza, comercialización y exportación de carne de pato; que es un negocio con enfoque internacional y de alta incidencia a nacional
- Ofrecen a los compradores una opción de alimentación sana, con sustancias esenciales, energéticas, vitamínicas, proteínicas y nutrientes que contribuye a la buena salud de los consumidores
- Desarrolla una empresa avícola, que en la actualidad no existe en el mercado ecuatoriano, que genera rentabilidad y produce un producto idóneo no solo para consumo del hogar, sino que abastezca parte de la demanda insatisfecha nacional e internacional

1.4.1 Oportunidad

La hipótesis planteada indica que en el mercado internacional y nacional existe una alta posibilidad de demanda de consumo de carne de pato, siendo este un producto de alta aceptación.

Actualmente existe una demanda creciente que va aumentando rápidamente el mercado, por la tendencia al consumo de alimentos nutritivos, saludables y

diferentes en las culturas; lo que conlleva a los consumidores a ser más exigentes con la diversidad gastronómica, alimenticia y reconstituyente.

Otras oportunidades destacables para entrar al mercado de la carne de pato son que:

- La oferta sigue siendo demasiado débil, pero con tendencia a crecer
- El factor nutricional cada día es más requerido por la sociedad en general
- La búsqueda incesante de la población mundial de estilos de vida más sanos
- El sondeo permanente del ser humano de nuevos mangares gastronómicos
- No existen actualmente empresas a nivel del territorio ecuatoriano que críen, comercialicen y exporten

Todo lo anterior da una ventaja competitiva, que conlleva no sólo a exportar, sino cubrir el mercado nacional; por esto se considera que es el momento apropiado para introducir la carne de pato al mercado.

1.4.2 Viabilidad

Las posibilidades de éxito del Proyecto de factibilidad de carne de pato - Pato Xport son altas ya que no existe otra compañía de esta clase en el país.

El proyecto es altamente rentable, porque en el mercado se dispone de pocos ofertantes y muchos demandantes; además requiere de una inversión no muy alta para la parte productiva y baja en infraestructura de comercialización.

Todos estos factores son los que determinan el éxito del proyecto planteado de exportación de carne de pato y su progreso con miras a cubrir el mercado nacional.

1.4.3 Importancia

El Proyecto de factibilidad de carne de pato - Pato Xport, está enfocado a las personas que buscan variedad gastronómica, salud y a las que quieren en su dieta un plato que les brinde las cualidades nutritivas que necesita su cuerpo y que no ofrecen las demás carnes disponibles en el mercado en general.

1.5 Presuposiciones e Hipótesis

1.5.1 Presuposiciones

Actualmente existe una demanda aparentemente insatisfecha, ya que la oferta es mínima por falta de producción interna o exportación de productos gastronómicos diferenciados.

El Proyecto de factibilidad de carne de pato, se presenta como una solución, por carencia de este producto en los mercados; el cual no le pertenece a ningún ofertante local, ni internacional; por este motivo las barreras de entrada por parte de los competidores serán muy bajas.

1.5.2 Hipótesis

No existe a nivel nacional empresas de exportación de carne de pato, ni la cultura de consumo de este cárnico, por ende no hay oferta suficiente, ni comprometida para cubrir la necesidad del mercado de este producto a nivel internacional y de Hong Kong que es nuestro objetivo inicial.

La hipótesis se elaboró para solventar una necesidad potencial, esencialmente en la industria alimenticia de Hong Hong. Debido a que no se maneja este rubro de exportación a nivel del territorio ecuatoriano, se empleará como referencia las acciones que han tomado otros ofertantes que venden la mayoría de carne de pato al mercado hongkonés como son Brasil, Canadá y Estados Unidos.

1.6 Metodología utilizada

La metodología se baso en la recopilación documental y bibliográfica de textos afines a los objetivos y que ayuden a descifrar la hipótesis.

Se analiza el problema del Proyecto de factibilidad de carne de pato - Pato

Xport, partiendo de los principios generales hasta llegar a lo particular, es decir, va de lo universal a lo específico como lo indica el método deductivo.

Siguiendo con lo planteado, se utilizarán fuentes secundarias y primarias como se indica a continuación:

- Fuentes Secundarias: Se utilizará información de la Asociación de Avicultores, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, entre otras. A nivel nacional e internacional de fuentes estadísticamente confiables.

Utilizando información exploratoria, destacando aspectos fundamentales de la problemática planteada, de tal forma que aporte al conocimiento y entendimiento de la hipótesis.

- Fuentes Primarias: Se obtendrá información por contactos directos a nivel local con chefs de restaurantes gourmet y consumidores.

En resumen, la metodología utilizada se fundamentó en un sistema secuencial de acciones concatenadas de trabajo mancomunado entre los emprendedores y el director de tesis; que involucre labor de campo y oficina; para recopilar, analizar, procesar información, determinar áreas de acción, manejo integral, parámetros básicos, personal, medidas de seguridad laboral, métodos de capacitación, compromisos y responsabilidades; que permitirán impulsar el Proyecto de factibilidad de carne de pato.

Lo anterior admitirá actualizar conocimientos y compartir prácticas, que redundará en beneficio del Proyecto Pato Xport.

2 MARCO REFERENCIAL

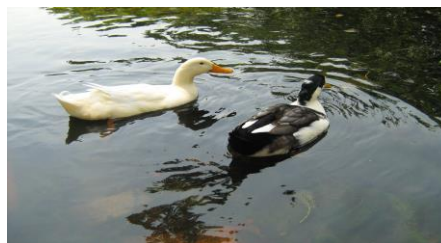
2.1 Marco teórico

El pato es una anátida, como lo es también el cisne, la oca o el ganso, pero a diferencia de éstas tiene el cuello más corto, un cuerpo más redondeado y rechoncho y es más pequeño.

Es característico del pato su pico aplanado y sus pies palmeados que indican que se trata de un ave acuática; es polígama, como la gallina o el pavo.

El pato nada de forma muy elegante, mientras se desplaza por el agua, pero en tierra firme, es torpe y camina con cierta dificultad.

El canto del pato es muy característico, emite un sonido nasal formado por varios gritos secos y de corta duración. Como en el ganso, el macho puede emitir un sonido hecho con la boca a modo de silbido cuando quiere ahuyentar a los enemigos.



FUENTE: JARDÍN BOTÁNICO DE MEDELLÍN-PATOS-2008- SAJOR

A diferencia de otras aves de granja, el pato doméstico conserva muchas de las características heredadas de su ancestro salvaje, el ánade real. Ello le hace ser al pato doméstico un animal muy resistente capaz de vivir al aire libre. Sin embargo, necesita del ser humano para alimentarse.

2.1.1 Origen del pato doméstico

En su mayoría las razas de pato doméstico descienden directamente del pato salvaje o ánade real; cuya domesticación ya existía en la época de los romanos, quienes los criaban con fines alimenticios.

Sin embargo, otras especies han servido para crear los actuales patos domésticos como el Criollo o de Berbería oriundo de América y vive de forma salvaje en el sur de los Estados Unidos, México, Centroamérica y Sudamérica.

El pato de Carolina o *Anas crecca*, no proviene de la misma especie que el pato salvaje europeo y vive de forma salvaje en Norteamérica, Europa y Asia.

De forma tradicional el pato se cría, desde hace miles de años en Europa pero, en Asia, la producción de este ave es muy importante.



FUENTE: <http://www.botanical-online.com/>

2.1.2 Utilidad del pato doméstico

El pato doméstico se cría de preferencia para obtener carne y huevos; su utilidad se basa en su gran resistencia y se alimentan con un compuesto hecho a base de maíz y soja, a esta se le suele añadir granos triturados de avena y trigo; mas algo de verduras.

La carne de pato es muy apreciada, a pesar de su gran contenido en grasa, por considerarse muy fina al paladar y altamente nutritiva, cabe destacar que puede ser una de las más calóricas, si se come con piel, porque en ella se acumula gran cantidad de grasa; si se retira esta, su aporte de grasas es mucho menor, alrededor del 6%, muy similar a la de las magras. Los huevos entre otros usos, son para la elaboración de pasteles tradicionales.

Otros productos muy cotizados provenientes del pato es el foie gras o hígado graso y en menor escala el paté de hígado; este no es hígado puro, porque se le añaden distintos ingredientes.

Para obtener el cotizado producto foie gras se somete al pato, normalmente el macho; a una alimentación forzada, se le da comida a base de alimentos con un gran contenido en hidratos de carbono, sobre todo maíz en grano, por un embudo, durante un periodo de 15 a 20 días, mediante el proceso llamado embuchado o gavage.

En la fabricación del paté no se somete al pato a una alimentación forzada y pese a que no es un alimento tan delicado y exquisito que el foie gras es mucho menos agresivo con los animales.

Los grupos y/o movimientos de defensa de derechos de los animales están poniendo en peligro un producto tradicional como es el foie gras, a pesar que los egipcios y griegos ya cebaban a patos y ocas; en realidad la crianza para la producción de este producto es brutal por los daños causados al animal.

Las plumas de pato son también utilizadas en la producción de plumones, anoraks, edredones o sacos de dormir y como material de relleno de distintas prendas; por la gran capacidad de aislamiento.

Otra utilidad del pato doméstico bastante frecuente es como elemento decorativo en los lagos y estanques de parques y jardines.

2.1.3 Reproducción del pato

El pato macho tiene un plumaje con más colores vivos que los de la hembra, por eso podemos identificar su sexo desde lejos.

La madre pato incuba los huevos aproximadamente durante 4 semanas; regularmente en las granjas se empollan los huevos en incubadoras artificiales que funcionan con infrarrojos y en algunas emplean gallinas cluecas para este proceso.

Empollar con incubadora da mayor control de este proceso y se obvian muchas dificultades, como que las madres dejen de incubarlos, más aun cuando las patas han perdido este instinto natural.

Una vez que nacen los patitos, se apresuran a entrar en contacto con el agua y la capacidad de volar se les desarrolla hasta los 3 meses; por lo que dependen totalmente de la madre en esta etapa inicial, que los protege y cuida en cada instante.

La etapa más delicada del pato es cuando todavía no tiene formado el plumaje de adulto y se abriga solamente con el plumón que nace; cuando adquiere el efectivo plumaje, se encuentra más protegido del calor, del frío y de las enfermedades.

La cría de patos es más sencilla y económica que la de los pollos criados en grandes naves con todas las condiciones ambientales de luz, temperatura y humedad controladas artificialmente mediante sofisticada tecnología, porque:

- Es poco exigente en cuanto a la comida y al espacio donde se cría
- Tiene una gran capacidad adaptación
- Es muy robusto y resistente a enfermedades, a parásitos y a condiciones ambientales adversas

- Es de gran rusticidad, muy superior a otros animales de granja, por lo que no se hace necesario el control minucioso de todas las condiciones climáticas para el bienestar de estas aves

Con base lo anterior y teniendo en cuenta que la carne de pato, es mucho más sabrosa, jugosa y nutritiva, que la del pollo, su cría comercial o intensiva es cada vez más frecuente.

La cría de patos en forma tradicional es algo usual, por sus costumbres acuáticas, para respetar su bienestar es muy importante el hábitat, por eso deben tener:

- Instalación con superficie lo más espaciosa posible para que puedan ellos mismos buscarse la comida y hacer el ejercicio necesario cada día para mantenerse fuertes y evitar los problemas del exceso de peso y estrés
- Una fuente de agua, lo ideal sería un lago, laguna o riachuelo natural o artificial con 50 cm de profundidad y árboles en su ámbito preferencialmente de ribera, como los sauces, para que les den sombra
- Plantas acuáticas en la fuente de agua, para suministrarles alimento
- Césped en la periferia de la fuente de agua, para proporcionarles la humedad necesaria

A diferencia de la cría de patos tradicionales, la comercial no busca el bienestar, sino el rendimiento económico, a través de:

- Una dieta muy concentrada, rica en proteínas y grasas
- Instalaciones reducidas para imposibilitar el ejercicio

Lo anterior conlleva a que la energía almacenada en los alimentos se transforme en el producto final, es decir, carne y huevos de pato.

2.1.4 Características de razas y carnes de patos

Los patos pertenecen al orden Anseriformes, familia Anatidae, en la que también se incluyen los cisnes y los gansos. Son animales rústicos, excepcionalmente resistentes a las condiciones climáticas y los objetivos de su producción son múltiples, incluyendo carne, paté, huevos y plumas. Desde un punto de vista económico, la carne es la principal producción en patos.

La raza más conocida es la del pato Pekín, oriunda de China, otras de gran importancia son la Rouen, Campbell o Berbería.

El pato Pekín, que se caracteriza por su escaso dimorfismo sexual, el macho pesa del 3 al 4% más que la hembra, su precocidad y rápido crecimiento en las fases iniciales de cría, hacen que la producción sea de 7 a 8 semanas más cortos que otras especies.

A nivel mundial el pato Pekín es más utilizado para producción de carne, en algunos países se está desplazando por otras razas; como en Francia, que ha sido sustituidos entre el 80 al 90% por el Muscovy y el Mulard, debido a su mayor productividad y a las exigencias del mercado⁵.

En los últimos cien años, por la opción artificial, se han forjado dos tipos distintos de razas de pato la de carne y de puesta.

Dentro de las razas de pato de:

- Carne: Podemos citar la de Pekín, que es el típico pato blanco con el pico anaranjado, Rouen y criollo
- Puesta: Destinadas a la obtención de huevos la Campbell o Buff Orpington

La cría del pato de Pekín tiene ventajas respecto a las otras razas por ser sencilla, económica y muy rentable; esto se debe a que es muy resistente, prolifera porque la hembra pone muchos más huevos y sus crías se desarrollan con gran rapidez, lo que conlleva a que la incubación de los huevos sea más corta.

El pato Pekín es la raza que se cría con mayor exuberancia en todo el mundo, su principal inconveniente lo constituye su carne muy grasa; lo que ha ocasionado su reemplazo por otras menos grasientas, como la de Berbería, porque el tema de la nutrición preocupa cada día más al ser humano.

⁵R. LÁZARO, B. VICENTE Y J. CAPDEVILA - 2004

El pato criollo o de Berbería es muy empleado en la elaboración de patés, aunque su cría tiene desventajas con relación al pato de Pekín, entre las cuales podemos enumerar:

- Menos prolifera y precoz
- Manejo más complicado
- Menor resistente a las bajas temperaturas

Es decir, el pato criollo con relación al Pekín, pone menos huevos y tardan más en incubarse, son más delicados y su conducción es más difícil.

El pato Barbarie, Muscovy o mudo o Cairina Moschata es genéticamente distinto del pato común. Se piensa que es originario de Sudamérica, presenta carúnculas en la cabeza y cara y un acusado dimorfismo sexual. El macho pesa del 30 al 50% más que la hembra; las diferencias en crecimiento entre sexos se inician a la 3era semana de vida, por lo que deben criarse separados. Toleran las altas temperaturas mejor que el pato común y el periodo de incubación de los huevos está en torno a los 35 días.

El Muscovy se utiliza para producción de carne y los ciclos son más largos que el del Pekín que es de 9 a 10 semanas para las hembras y 12 para los machos.

El crecimiento de la pechuga es más tardío que el crecimiento de los muslos, de forma que en los machos la pechuga sigue creciendo hasta las 10 y 11 semanas.



FUENTE: <http://elgansoycia.jimdo.com>

Se ha calculado en los proyectos precursores que el pato Muscovy alcanza un 50% más de tamaño que el pato criollo de base genética Pekín.

Mientras que el Pekín faenado no supera en promedio los 2,2 kilos de carne en macho y hembra, el Muscovy logra en promedio 3,2 kilos y el macho puede llegar hasta los 4 kilos. Todas estas características productivas hacen a esta especie muy interesante comercialmente.

El pato mulo o Mulard resulta del cruce de macho Muscovy con hembra Pekín, siendo el objetivo tener animales de crecimiento rápido que más pesados, pero con menor producción de grasa.

El pato Mulard es el más utilizado para la producción de paté o foie gras, es estéril, más magro que sus progenitores, por lo que puede sacrificarse con más peso que el pato Muscovy, aunque el índice de conversión sea menor. El dimorfismo sexual es poco acusado, asemejándose más al Pekín que al Muscovy, que es causado por la falta de funcionalidad ovárica, que permite a la hembra crecer a un ritmo similar al de los machos.

La carne de pato se destaca por su contenido de proteínas de buena calidad y su aporte vitamínico; sobresalen las vitaminas hidrosolubles, niacina, todotiamina, riboflavina y vitamina B12. En cuanto a minerales, es una buena fuente de hierro de fácil absorción, fósforo y zinc. Contiene además glutamato, que corresponde aproximadamente al 14% de los aminoácidos; este es un factor comercial que puede contribuir a promocionar la carne de pato, ya que este aminoácido presenta características de estimulación del sistema inmunológico⁶.

En el Cuadro N° 1 se recopila la composición por cada porción comestible de 100 gramos de carne de pato.

CUADRO N° 1. COMPOSICIÓN POR PORCIÓN COMESTIBLE DE 100 GRAMOS DE CARNE DE PATO

Descripción (° 1)		Unidad	Cantidad
Energía		Kcal	227,00
Proteína		g	19,60
Grasa total		g	6,00
AGS		g	5,91
AGM		g	8,17
AGP		g	2,27
AGP / AGS		g	0,38
(AGP + AGM) / AGS		-	1,77
Colesterol		mg	76,00
Agua		g	69,70
Minerales	Calcio	mg	14,00
	Hierro	mg	2,50
	Yodo	mg	2,00
	Magnesio	mg	22,00
	Zinc	mg	1,80
	Selenio	µg	12,40
	Sodio	mg	38,00
	Potasio	mg	270,00
Vitaminas	B1 - Tiamina	mg	0,30
	B2 - Riboflavina	mg	0,20
	Niacina	mg	7,27
	B6 - Piridoxina	mg	0,33
	Acido Fólico	µg	25,00
	B12 - Cianocobalamina	µg	1,80
	Retinol	µg	24,00
Ácidos grasos	A - Retinoides	µg	24,00
	D	µg	1,00
	Mirístico C14:0	g	0,11
	Palmitico C16:0	g	4,19
	Estérico C18:0	g	1,39
	Palmitoleico C16:1	g	0,67
	oleico C18:1	g	7,32
	Linoleico C18:2	g	2,08
	Linoleico C18:3	g	0,17
	Alamina	mg	1.222,00
	Arginina	mg	1.100,00
	Aspartico	mg	1.734,00
	Glutámico	mg	2.689,00
Cistina	mg	283,00	
Fenilalanina	mg	710,00	
Glicina	mg	1.182,00	
Histidina	mg	410,00	
Isoleucina	mg	940,00	
Leucina	mg	1.400,00	
Lisina	mg	1.860,00	
Metionina	mg	450,00	
Prolina	mg	1.079,00	
Serina	mg	768,00	
Tirosina	mg	622,00	
Treonina	mg	790,00	
Triptófano	mg	226,00	
Valina	mg	870,00	
Aminoácidos	Alamina	mg	1.222,00
	Arginina	mg	1.100,00
	Acido aspártico	mg	1.734,00
	Acido glutámico	mg	2.689,00
	Cistina	mg	283,00
	Fenilalanina	mg	710,00
	Glicina	mg	1.182,00
	Histidina	mg	410,00
	Isoleucina	mg	940,00
	Leucina	mg	1.400,00
	Lisina	mg	1.860,00
	Metionina	mg	450,00
	Prolina	mg	1.079,00
	Serina	mg	768,00
	Tirosina	mg	622,00
	Treonina	mg	790,00
	Triptófano	mg	226,00
Valina	mg	870,00	

FUENTE: CONSUMER BROSH - VITALIMENTOS - AUEHU/UNIVERSIDAD 2012
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TIRAN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014
(°1) PATO SIN PIEL.

⁶ AVILEZ J.P. Y CAMIRUAGA, M. – 2006

2.2 Marco conceptual

- **Administración:** Conjunto ordenado y sistematizado de técnicas y procedimientos destinados a apoyar la consecución de los objetivos de la empresa en forma eficiente y eficaz. Los autores suelen identificar cuatro etapas en el proceso administrativo: planeamiento, organización, dirección y control
- **Anacultura:** Rama de la avicultura que se dedica a la cría y explotación de patos
- **Anátidas:** Familia de aves del orden de las Anseriformes. Son aves usualmente migratorias, que suelen vivir en las proximidades del agua; una de sus adaptaciones al medio acuático hace que sean palmípedas
- **Avicultura:** Estudio zootécnico de la producción de aves de corral o domésticas, para obtener de ellas alimentos como huevo y carne para beneficio del hombre y bajo el uso de las técnicas más adecuadas, considerando todos los cuidados a los animales para que dentro de su zona de confort medioambiental, pueda dar todo lo que genéticamente son capaces
- **Beneficio:** Diferencia positiva entre ingresos y gastos; se puede distinguir entre:

- ❖ Beneficio contable: Tiene en consideración ingresos y costos explícitos de la empresa, organización o institución
- ❖ Beneficio económico: Encierra en el cálculo del costo de oportunidad de los recursos y/o Beneficios superiores al promedio del mercado
- Bienes y servicios: Todo aquello que tiene aptitud para satisfacer necesidades
- Bioseguridad: Parte de la biología que estudia el uso seguro de los recursos biológicos y genéticos
- Competencia: Situación de concurrencia en un mercado por parte de varias empresas que desarrollan diferentes prácticas comerciales a efectos de obtener beneficios económicos
- Contabilidad: Conjunto de reglas y técnicas orientadas a registrar y brindar información acerca del patrimonio de un ente y sus variaciones y de las transacciones realizadas
- Corto plazo: Económicamente hablando es el período de tiempo en el cual al menos uno de los factores productivos, usualmente el capital, no puede ser modificado

- **Costos:** Simplemente hablando hace referencia a pagos o desembolsos realizados con motivo de la actividad de una empresa o el desarrollo de un proyecto
- **Déficit:** Situación caracterizada por la existencia de desembolsos superiores a ingresos en cualquier organización o institución
- **Demanda:** Está constituida por cantidades de determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios. Implica entonces no solamente la intención de adquirir el bien en cuestión sino adicionalmente la disposición de los medios económicos para su realización
- **Depresión:** Profundización de la recesión; ampliación de la fase descendente del ciclo económico, caracterizada por la caída del PBI y su prolongación en el tiempo
- **Exportación:** En economía, una exportación es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional

La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero

Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico

- FODA: Siglas de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Es una metodología de análisis muy difundida; se realiza a partir de la confección de una matriz que detalla estos aspectos internos: fortalezas - debilidades y externos: oportunidades - amenazas de la organización
- Incubadora: Aparatos con la función común de crear un ambiente con la humedad y temperatura adecuadas para el crecimiento o reproducción de seres vivos

Los principales tipos de incubadora son los utilizados en neonatología, de uso en microbiología y destinadas a la reproducción de especies ovíparas, incluyendo la producción comercial de huevos

- Hiperconcentrada: Es el exceso de concentración en pocos sitios
- Hipermonopólica: Es el exceso de agrupación en minorías
- Hiperoligopólica: El exceso de concentración de pocos vendedores o productores de un bien o servicio y multiplicidad de compradores
- LIBOR: Sigla para London Interbank Offered Rate
- Mercado: Auténticamente es el sitio donde vendedores y compradores realizaban transacciones; en el significado más moderno también implica

el proceso de convergencia de la oferta y la demanda, donde cada bien o servicio de la economía implica existencia de un mercado en particular

La intersección de las funciones de oferta y demanda de cada mercado determinará la conformación de un precio de equilibrio y una cantidad de equilibrio

- Necesidad: Sensación de carencia de algo unida a la voluntad de satisfacerla
- Oferta: Está constituida por todas las cantidades que los productores de determinado bien o servicio están dispuestos a ofrecer a cada nivel de precio
- PBI: Sigla para Producto Bruto Interno y es el total de los bienes y servicios generados por una economía en un período de tiempo, usualmente un año; es la más importante de las macro magnitudes de la economía

Su medición es normalmente una tarea compleja, dada la heterogeneidad de los conceptos involucrados y puede realizarse a precios de mercado y a costos de factores; en períodos inflacionarios y a los efectos de evitar las distorsiones provocadas por este fenómeno, deben utilizarse deflatores a los efectos de que transformen los valores nominales en reales

El PBI es un concepto geográfico y permite comparar el tamaño relativo de una economía con el resto de las economías del mundo

- Salario: Retribución al trabajador por la tarea que realiza
- Seguridad alimentaria: Es la disponibilidad de alimentos, el acceso de las personas a ellos y el aprovechamiento biológico de los mismos
- Superávit: Situación en que los ingresos son superiores a los gastos
- Tecnología: Conocimiento de las ejecuciones de la técnica y las ciencias de una sociedad en un momento determinado
- TIR: Sigla de tasa interna de retorno, es la tasa de interés que iguala a cero el valor actual neto de un proyecto
- Utilidad: En economía es el grado de satisfacción derivado del uso o consumo de un bien o servicio y en contabilidad es la diferencia entre los ingresos y los costos en la gestión del negocio o emprendimiento
- VAN: Sigla del Valor Actual Neto, la técnica consiste en la determinación del valor actual del neto de ingresos y egresos de un flujo de valores futuros.

- Instrumento de amplia difusión en la evaluación de proyectos: es conceptualmente la herramienta matemática más consistente para este propósito
- Zootecnia: Ciencia que estudia diversos parámetros para mejorar el aprovechamiento de los animales domésticos y silvestres, pero siempre teniendo en cuenta el bienestar animal ante todo y si estos serán útiles al hombre con el fin de obtener el máximo rendimiento, administrando los recursos adecuadamente bajo criterios de sostenibilidad

3 ANÁLISIS ESTRATÉGICO

3.1 Económico

El Ecuador adoptó la dolarización de la economía, esta medida implicó que a partir del 9 de enero del 2000, se sustituyera el sucre, por el dólar americano como único medio de pago; la adopción de esta política se justificó como:

- Instrumento para romper la inestabilidad del mercado cambiario
- Reducción de presiones inflacionarias de origen monetario y cambiario
- Modulador de cierta manera la expectativa de los agentes económicos para dinamizar actividad productiva, estimular y atraer inversión extranjera

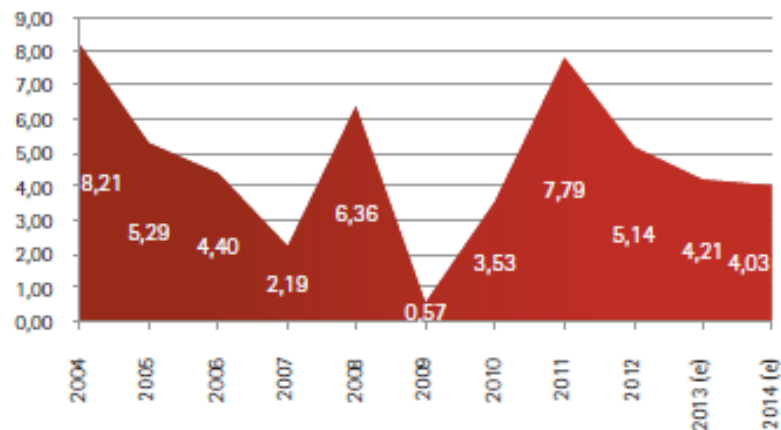
Pese a que aún no hay cifras oficiales de la Tasa de Crecimiento de la economía ecuatoriana⁷, al cierre del 2013, las estimaciones fueron gratas; de ahí que superan la expectativa promedio de América Latina y Caribe, prevista a lograr el 3%. Tendencia que conlleva a que varios Entes e incluso el Gobierno Nacional, realicen estimaciones halagadoras para Ecuador, que oscilan entre 4% y 5.1%.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, en su reporte anual en el Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2013, pronostica que en el año 2014 el crecimiento regional estará encabezado por Panamá, con 7%; seguido por Bolivia y Perú 5,5%, Nicaragua y República Dominicana 5%; Colombia, Haití, Ecuador y Paraguay con 4,5%.

El Fondo Monetario Internacional - FMI, según publicación de la Agencia de Noticias Andes, también proyecta un crecimiento de la economía ecuatoriana para el año 2014 nuevamente del 4%.

En el Cuadro N° 2 se indica la evolución del producto interno bruto - PIB, del periodo 2004 al 2014, correspondiente a la República del Ecuador.

⁷PERSPECTIVAS ECONÓMICAS PARA EL AÑO 2013

CUADRO N° 2. EVOLUCIÓN DEL PIB

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - UIEM - 2014

(e) = VALOR ESTIMADO

En el Cuadro N° 3 se indica valor estimado del PIB para los años 2013 y 2014, de Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, América Latina y Caribe.

CUADRO N° 3. CRECIMIENTO ESTIMADO DEL PIB

Países	PIB (%)		
	FMI		CEPAL
	2013	2014 (e)	2014 (e)
América Latina y Caribe	2,68	3,11	3,20
Brasil	2,54	2,50	2,60
Colombia	3,71	4,16	4,50
Ecuador	4,00	4,03	4,50
Perú	5,39	5,73	5,50

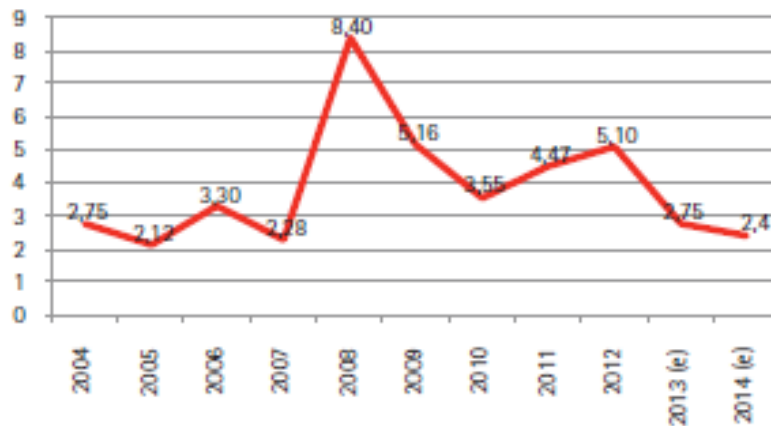
FUENTE: FMI - 2013

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

(e) = VALOR ESTIMADO

En el Cuadro N° 4 se recopila la evolución de la inflación de la República del Ecuador, correspondiente al periodo 2004 al 2014.

CUADRO N° 4. EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN



FUENTE: INEC - UIEM - 2014
(e) = VALOR ESTIMADO

Con el fin de evaluar la tendencia que tiene la economía ecuatoriana se desarrollo el índice Ekos de la actividad económica; este permite evaluar en una escala sobre 100 el nivel de actividad económica en el país.

CUADRO N° 5. ÍNDICE EKOS DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA



FUENTE: INEC - UIEM - 2013

En el Cuadro N° 5 se muestra el índice Ekos de la actividad económica de la República del Ecuador, correspondientes a los meses de Agosto a Agosto del periodo 2006 - 2013.

Si bien la calificación se ha mantenido por encima de los 70 puntos, se observa una tendencia decreciente en su evolución.

La economía del Ecuador, según dice en el año 2013, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES, nace de un modelo absolutista y es hiperconcentrada, hipermonopólica e hiperoligopólica; que hace que el 1% de las empresas absorban hasta el 90% de comercialización de bienes y servicios, como es el caso de Quito y Guayaquil que aglutinan el 72% de las ventas a nivel del territorio nacional.

En El Cuadro N° 6 se recopila la información de indicadores económicos del Ecuador.

CUADRO N° 6. INDICADORES ECONÓMICOS

Descripción		Fecha	Valor
Deuda externa pública como % de PIB (%)		Septiembre - 2013	13,90
Inflación (%)	Anual	Marzo 2013 - Marzo 2014	3,11
	Mensual	Marzo 31- 2014	0,70
Tasa de (%)	Desempleo	Diciembre 31 - 2013	4,86
	Interés activa	Abril - 2014	8,17
	Interés pasiva	Abril - 2014	4,53
Barril Petróleo WTI (Dólares)		Marzo 20 - 2014	99,43
Índice Dow Jones		Marzo 20 - 2014	16.331,05
Riesgo país		Marzo 20 - 2014	535,00

FUENTE: BCE - INEC - SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS - SRI - ENEMDO - 2014

3.2 Social

En el Cuadro N° 7 se recopilan resultados de los principales indicadores sociales

del Ecuador, que expone el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social⁸

CUADRO N° 7. PRINCIPALES INDICADORES SOCIALES REPÚBLICA DEL ECUADOR

Sector	Indicador		
	Descripción	Medida	Valor
Educación	Analfabetismo	Porcentaje	7,90
	Escolaridad	Año promedio	9,52
Salud	Tasa de mortalidad general	Tasa por 1.000 habitantes	4,10
	Tasa de mortalidad infantil	Tasa por 1.000 nacidos vivos	11,00
	Tasa global de fecundidad	Promedio de hijos	2,40
Vivienda	Agua entubada por red pública	Porcentaje	74,50
	Red de Alcantarillado	Porcentaje	65,50
	Personas por hogar	Número	3,70
Empleo	Población Económicamente Activa (PEA)	Número	6.779.467
	PEA como porcentaje de la población en edad de trabajar	Porcentaje	46,20
	Tasa de desempleo	Porcentaje	4,10
	Tasa de ocupados plenos	Porcentaje	42,30
	Tasa de subempleo	Porcentaje	51,40
Desarrollo infantil	Desnutrición crónica infantil	Porcentaje	21,80
	Niños que trabajan	Porcentaje	5,90
Desigualdad	Pobreza por NBI	Porcentaje	36,80
	Extrema pobreza por NBI	Porcentaje	12,60
	Pobreza por ingreso	Porcentaje	27,30
	Extrema pobreza por ingreso	Porcentaje	11,20
	Distribución del ingreso - Coeficiente GINI	0 = Equidad 1 = Inequidad	0,48
Acción social	Madres beneficiarias del BDH	Número	1.192.071
	Pensión asistencial Adultos mayores	Número	589.915
	Pensión asistencial discapitados	Número	119.105,00
	Niños que asisten a un centro de desarrollo infantil público	Porcentaje	84,90
Inversión social	PGE como porcentaje del PIB	Porcentaje	22,40
	Inversión social como porcentaje del PIB	Porcentaje	9,90
Macroeconómico	Salario Básico Unificado	Dólares americanos	318,00
	Canasta Básica Familiar	Dólares americanos	602,07

FUENTE: MINISTERIO COORDINADOR DE DESARROLLO SOCIAL - SISTEMA INTEGRADO DE INDICADORES SOCIALES DEL ECUADOR - IISE- 2013

Las proyecciones que establece Ecuador para el año 2030 son que su población se concentrará en edades productivas, las mujeres tendrán en promedio 2,12 hijos, frente a 2,79 del 2010.

⁸ SISTEMA INTEGRADO DE INDICADORES SOCIALES DEL ECUADOR - SIISE- 2013

En 2010, la esperanza de vida fue de 75 años y en el año 2050 subirá a 80,5 años en el país⁹. Se han implementado políticas con tendencias mundialistas, en lo concerniente a la exclusión de barreras de acceso a la educación y a la salud pública.

Las políticas de distribución social, buscan reformar la matriz de inclusión social, fundamenta en reducir la pobreza y procurar mayor nivel de igualdad¹⁰; que comprende entre otros aspectos la protección del poder adquisitivo, continuidad de ayudas, mixtura de políticas internacionales y concéntricas de protección social y acceso a derechos.

3.3 Cultural

La Constitución de la República del Ecuador, reconoce los derechos culturales de la población, en el Artículo 1, declara que es un Estado Constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico.

El Artículo 21 de la Constitución de la República, declara que las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar sus elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder al patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

⁹INEC, PRESENTACIÓN PROYECCIONES POBLACIONALES – 2013

¹⁰ SENPLADES - 2012

En el Ecuador viven 14 nacionalidades indígenas, 19 pueblos de la nacionalidad Kichwa andina, 1 pueblo afro-ecuatoriano y una población mayoritaria mestiza, compuesta por campesinos, auto identificados como cholos, chazos, montubios, chagras y ciudadanos¹¹.

El Gobierno Nacional ha instituido y realizado políticas públicas interculturales en beneficio de su población y en función del Buen Vivir¹².

El Ministerio de Cultura es el responsable del Plan Contra el Racismo, política pública emitida mediante el Decreto 60 del año 2010, este establece acciones para erradicar racismo y discriminación contra pueblos y nacionalidades.

El análisis de dimensiones culturales de Geert Hofstede consultor mundial, establece con base en la puntuación que Ecuador es un país con grandes desigualdades socioeconómicas y una sociedad que:

- Funciona de forma conjunta y competitiva
- No puede manejar bien la incertidumbre, esto es típico de una sociedad de consumo y poco ahorro

3.4 Político

¹¹PLAN NACIONAL DE CULTURA DEL ECUADOR - 2014 - 2017

¹²INFORME DE LA SECRETARÍA NACIONAL DE PUEBLOS, MOVIMIENTOS SOCIALES Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA - 2013

El manejo y la inseguridad política tienen una alta y directa repercusión en el ámbito de inversión y específicamente en la creación de nuevas empresas con visión nacional e internacional; por falta de secuencia, inestabilidad y garantías para los capitalistas, lo que genera miedos y temores en el momento de iniciar un nuevo negocio en el territorio ecuatoriano.

La República se rige de forma descentralizada, según el Artículo 1 de la Constitución, Ecuador es un Estado Constitucional de derechos y justicia social, democrática y soberana, intercultural plurinacional y laico.

En los últimos 18 años el país ha tenido 7 gobernantes, con un promedio de 2,57 años por periodo presidencial.

Actualmente se maneja una política populista, poco predecible en medidas y paternalista y el Estado ha crecido en tamaño e incrementado el endeudamiento fiscal.

3.5 División política administrativa

Políticamente y administrativamente el territorio ecuatoriano se divide en 24 provincias y una zona no delimitada conformada por 3 cantones.

Las provincias se subdividen en 229 cantones, estos a su vez en parroquias urbanas y rurales.

En el Cuadro N° 8 se indica la división política y administrativa del Ecuador, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC.

CUADRO N° 8. DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA REPÚBLICA DEL ECUADOR



FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS - INEC

El territorio del Ecuador tiene una extensión de 283.561 km² y una densidad poblacional de 60 habitantes/ Km² a nivel nacional.

Las provincias con mayor densidad poblacional son Pichincha y Guayas, mientras que las de menor son Pastaza y Galápagos.

3.6 Demográfico

El país se caracteriza por ser multiétnico y pluricultural, existe la presencia de diversas razas y un gran número de grupos indígenas, asentados en tres regiones del país.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC Ecuador tiene:

- Una población de 15.480.755 habitantes
- Una tasa de crecimiento poblacional creciente de 1.52%, que sube a una velocidad cada vez menor
- El 50,4% de habitantes del país son mujeres y el 49,6% hombres
- Una media de edad de 28 años
- Un promedio de 3,8 personas/hogar, esta cifra indica que se están reduciendo en tamaño
- Su población está conformada por 65% de mestizos, 25% de indígenas, 7% de blancos y 3% de Afro-Ecuatorianos 3%

3.7 Legal

Para desarrollar, ejecutar e implementar la industria avícola nacional de cría, producción, comercialización y exportación de carne de pato para consumo

internacional y nacional; se constituirá la Compañía Pato Xport, que cumple con todos y cada uno de los requisitos legales y trámites establecidos en la legislación vigente ecuatoriana; que se rige por las disposiciones de la Ley de Compañías, Código de Comercio, convenios de las partes y disposiciones del Código Civil.

3.8 Ecológico

En las diferentes fases de despliegue, ejecución e implementación del Proyecto, se respetará el ecosistema del entorno de la infraestructura requerida por Pato Xport entidad responsable, dueña y legalmente constituida para el manejo integral e idóneo de la cría, producción, comercialización y exportación de carne de pato para consumo humano; se cumplirán con las disposiciones y trámites vigentes en la legislación ambientales ecuatoriana; en lo referente a conservación, uso sostenible de la biodiversidad y manejo sustentable.

La compañía aplicará políticas, estrategias e instrumentos que ayuden a la conservación de los ecosistemas y al bienestar humano.

3.9 Tecnológico

Durante los últimos años se ha mejorado la accesibilidad a la tecnología de punta, permitiendo que los avances e innovaciones tecnológicos coadyuven al desarrollo de las capacidades de las instituciones del sector público, teniendo una mejora en la gestión, creando nuevos sistemas y aplicaciones¹³.

¹³ SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO - No. SENPLADES - SNPD 101- 2013

Se ha fortalecido la implementación de un Gobierno Electrónico por parte del Estado, a través del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, para mejorar cualitativamente los servicios e información ofrecidos a los ciudadanos.

El Proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, tendrá como herramienta vital la investigación, por ser el puntal de las empresas productivas que cada día son más competitivas.

Pato Xport, tendrá un equipo investigador altamente capacitado, que trabajara incesantemente en: genética, sanidad, manejo y nutrición de los patos. Lo que garantiza:

- Patos más nutritivos, sabrosos y sanos
- Monitoreo permanente de enfermedades
- Evaluación de vacunas
- Disminución del uso de antibióticos para mantenimiento y mejoramiento de la sanidad y producción
- Monitoreo de requerimiento nutricional, para saber necesidad diaria de proteínas, aminoácidos, energía y vitaminas que permitan el crecimiento.

- Manejo integral de la crianza de los patos, donde juegan un papel primordial, porque los pormenores intervienen en todos los aspectos técnicos y operativos.

3.10 Ambiental

Pato Xport, es una compañía con compromiso ambiental que:

- Invierte a largo plazo en sus instalaciones y empleados
- Tiene políticas de deber social, que desarrolla a través de la mitigación del impacto de sus actividades e infraestructuras
- Despliega acciones de bioseguridad y maneja estrictas normas de inocuidad alimentaria
- Cumple con las leyes y ordenanzas ambientales
- Investiga y ejecuta proyectos del área ambiental, para optimizar sus procesos
- Incluye en todas las actividades salud ocupacional y seguridad laboral
- Protege su mayor inversión que es el ser humano

- Instala infraestructura idónea para evitar la contaminación de los recursos hídricos, del suelo y la atmosfera, para conservar el entorno
- Desarrolla programas de ahorro de energía, manejo de desechos y de reutilización de residuos sólidos
- Trabaja en equipo arduamente para garantizar el cumplimiento ambiental en cada sector empresarial.
- Tiene en el área ambiental asesoría externa de expertos nacionales e internacionales

4 ESTUDIO DEL MERCADO

4.1 Análisis de la demanda

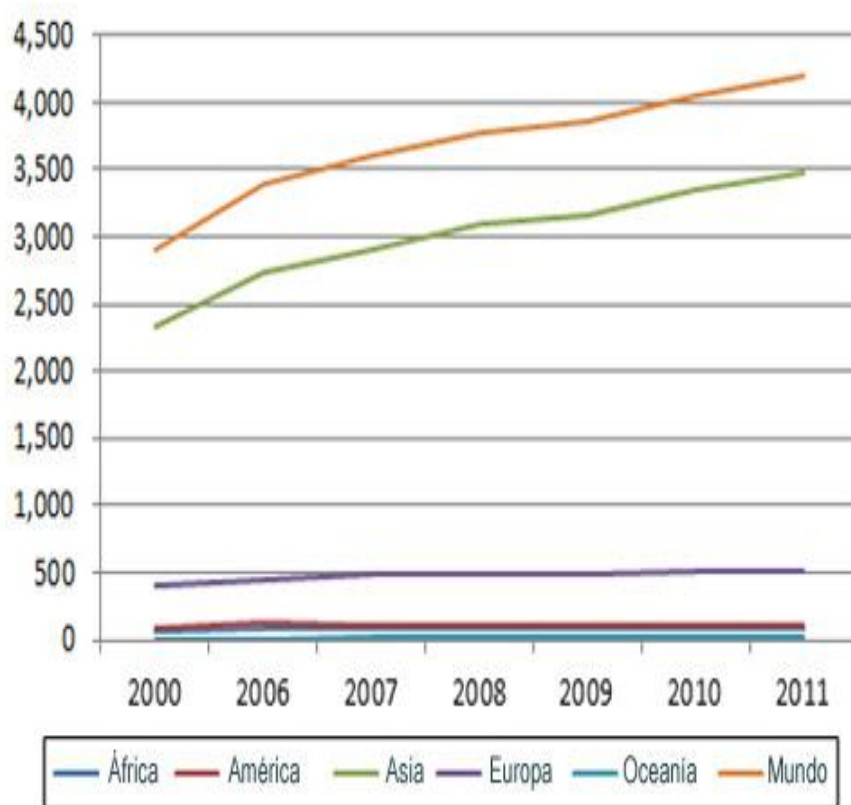
Para establecer la demanda de carne de pato de la Empresa Pato Xport, se toma como datos base de la Tendencias Avícolas Mundiales 2013¹⁴.

La producción global de carne de pato alcanzó un récord máximo en el año 2011, el último año para el cual hay información disponible, de acuerdo con el analista de la industria, Terry Evans. Como región, Asia domina la producción mundial y China es responsable de casi el 80 por ciento del total de Asia.

¹⁴RÉCORD DE PRODUCCIÓN DE CARNE DE PATO EN 2013 - 03 MARZO 2014

En el Cuadro N° 9 se muestra la información de la producción de carne de pato a nivel mundial.

**CUADRO N° 9. PRODUCCIÓN DE CARNE DE PATO
NIVEL MUNDIAL**



FUENTE FAO - 2013
PRODUCCIÓN EN MILES

En el Cuadro N° 10 se indican los principales importadores de carne de pato a nivel mundial en toneladas, por continentes y países, la mayoría de ellos también son los mayores exportadores.

CUADRO N° 10. IMPORTADORES DE CARNE DE PATO (Ton)

CONTINENTES /PAÍSES	AÑOS (Toneladas)						
	2000	2006	2007	2008	2009	2010	2011
África	4.142	946	765	1.609	1.816	3.637	3.630
Togo	264	20	126	1.012	904	2.627	2.748
Otros	3.878	926	639	597	912	1.010	882
América	3.545	4.031	3.968	3.440	2.519	3.216	3.274
Canadá	906	1.687	1.807	1.483	1.002	1.744	1.435
EUA	1.273	1.730	1.738	1.359	922	832	922
Otros	1.366	614	423	598	595	640	917
Asia	99.843	61.616	69.786	94.307	63.989	81.392	68.748
Arabia Saudita	20.717	632	679	106	106	888	1.836
Emiratos Árabes Unidos	-	841	1.736	2.491	954	857	1.330
China, Hong Kong	55.190	47.622	47.583	48.247	51.255	52.401	53.181
China, Macao	133	1.477	1.748	2.239	2.349	2.400	2.657
Japón	14.931	8.064	6.620	6.361	5.098	3.262	4.865
Qatar	-	1.174	3.696	25.942	180	16.994	141
Otros	8.872	1.806	7.724	8.921	4.047	4.590	4.738
Europa	55.257	45.205	52.024	56.267	54.108	64.219	60.814
Alemania	27.052	11.473	14.986	16.371	14.676	17.452	16.232
Austria	2.762	1.775	2.888	2.072	2.478	3.468	2.291
Dinamarca	2.670	3.754	3.265	3.952	4.282	4.777	5.846
Eslovaquia	1.345	1.355	1.309	2.285	1.916	2.586	2.451
España	3.362	4.630	5.441	4.675	4.226	4.371	4.042
Francia	1.291	1.463	1.666	1.870	1.584	1.664	1.786
Reino Unido	5.285	8.825	8.835	8.900	6.312	7.148	7.817
República Checa	-	3.164	3.603	4.579	6.209	5.657	7.040
Rusia	1.938	1.966	3.091	3.737	3.822	5.591	2.924
Otros	9.552	6.800	6.940	7.826	8.603	11.505	10.385
Oceanía	2.071	1.097	948	600	535	696	948
Kiribati	-	4	4	-	-	6	230
Nueva Caledonia	30	150	193	24	-	188	199
Polinesia Francesa	408	477	518	509	459	393	430
Otros	1.633	466	233	67	76	109	89
Total	164.858	112.895	127.491	156.223	122.967	153.160	137.414

FUENTE: FAO - 2013

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

En el Cuadro N° 11 se indican los principales importadores de carne de pato a nivel mundial en porcentajes, por continentes y países.

CUADRO N° 11. IMPORTADORES DE CARNE DE PATO (%)

CONTINENTES /PAÍSES	AÑOS (%)						
	2000	2006	2007	2008	2009	2010	2011
África	2,51	0,84	0,60	1,03	1,48	2,37	2,64
Togo	6,37	2,11	16,47	62,90	49,78	72,23	75,70
Otros	93,63	97,89	83,53	37,10	50,22	27,77	24,30
América	2,15	3,57	3,11	2,20	2,05	2,10	2,38
Canadá	25,56	41,85	45,54	43,11	39,78	54,23	43,83
EUA	35,91	42,92	43,80	39,51	36,60	25,87	28,16
Otros	38,53	15,23	10,66	17,38	23,62	19,90	28,01
Asia	60,56	54,58	54,74	60,37	52,04	53,14	50,03
Arabia Saudita	20,75	1,03	0,97	0,11	0,17	1,09	2,67
Emiratos Árabes Unidos	-	1,36	2,49	2,64	1,49	1,05	1,93
China, Hong Kong	55,28	77,29	68,18	51,16	80,10	64,38	77,36
China, Macao	0,13	2,40	2,50	2,37	3,67	2,95	3,86
Japón	14,95	13,09	9,49	6,74	7,97	4,01	7,08
Qatar	-	1,91	5,30	27,51	0,28	20,88	0,21
Otros	8,89	2,93	11,07	9,46	6,32	5,64	6,89
Europa	33,52	40,04	40,81	36,02	44,00	41,93	44,26
Alemania	48,96	25,38	28,81	29,10	27,12	27,18	26,69
Austria	5,00	3,93	5,55	3,68	4,58	5,40	3,77
Dinamarca	4,83	8,30	6,28	7,02	7,91	7,44	9,61
Eslovaquia	2,43	3,00	2,52	4,06	3,54	4,03	4,03
España	6,08	10,24	10,46	8,31	7,81	6,81	6,65
Francia	2,34	3,24	3,20	3,32	2,93	2,59	2,94
Reino Unido	9,56	19,52	16,98	15,82	11,67	11,13	12,85
República Checa	-	7,00	6,93	8,14	11,48	8,81	11,58
Rusia	3,51	4,35	5,94	6,64	7,06	8,71	4,81
Otros	17,29	15,04	13,34	13,91	15,90	17,92	17,08
Oceanía	1,26	0,97	0,74	0,38	0,44	0,45	0,69
Kiribati	-	0,36	0,42	-	-	0,86	24,26
Nueva Caledonia	1,45	13,67	20,36	4,00	-	27,01	20,99
Polinesia Francesa	19,70	43,48	54,64	84,83	85,79	56,47	45,36
Otros	78,85	42,48	24,58	11,17	14,21	15,66	9,39
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

FUENTE: CUADRO N° 10 - FAO - 2013

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

Como se aprecia en el Cuadro N° 11 el continente asiático es el mayor importador de carne de pato del mundo durante el periodo 2000 - 2011; por lo anterior expuesto la empresa Pato Xport, enviará la carne de pato a Asia, específicamente a la República de China para cubrir 0,4% del total de las importaciones de los hongkoneses.

En el Cuadro N° 12 se detalla proyección del 0,4% de la demanda del mercado de la importación de Hong Kong.

CUADRO N° 12. PROYECCIÓN DEL 0,4% DE LA DEMANDA DEL MERCADO DE IMPORTACIÓN A HONG KONG

Demanda	Años (kilos)					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Anual	232.449,26	239.422,74	246.605,42	254.003,58	261.623,69	269.472,40
Mensual	19.370,77	19.951,89	20.550,45	21.166,97	21.801,97	22.456,03

FUENTE: CUADR N° 10 - FAO - 2013

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

4.2 Necesidades del cliente

Los habitantes de Hong Kong disponen de uno de los per cápita más altos del mundo; lo que permite la altísima aceptación de productos de excelente calidad y costosos.

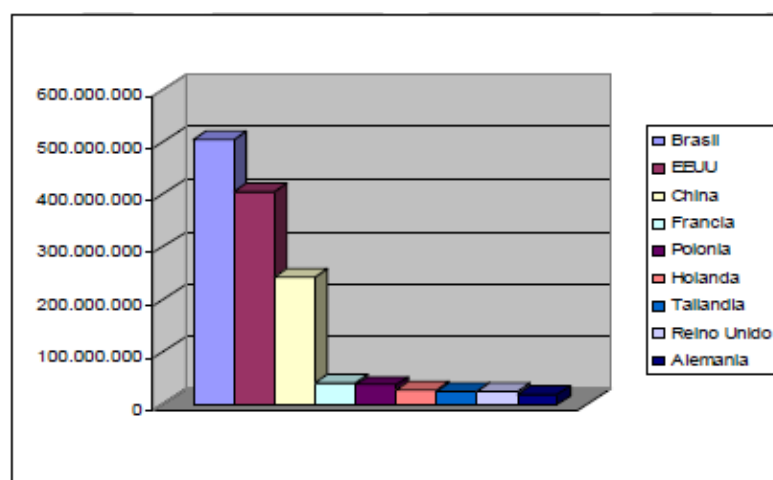
La ciudad, no tiene producción de alimentos propios, está es prácticamente nula; no poseen ninguna crianza de animales, si excluimos la de pollos y siempre a pequeña escala; por lo anterior expuesto dependen de provisiones importadas para cubrir la demanda de manutención.

La carne es básica en la alimentación local, en su gran mayoría es importada de Brasil, Estados Unidos y China Continental; se calcula el consumo promedio anual/habitante en 95 kilos. Con relación al consumo de aves el despojo comestible representa el 21% del mercado cárnico.

El pollo, cerdo y pato son en su mayoría importados de China continental; las carnes más consumidas son porcina, aves y despojos comestibles.

En el Cuadro N° 13 se indican las importaciones en dólares de la partida 02.07 correspondiente a carne y despojos comestibles de aves de la partida 0105, frescos, refrigerados o congelados.

CUADRO N° 13. IMPORTACIÓN DE CÁRNICOS A HONG KONG



Fuente: Experian

La Empresa Pato Xport, cumple requerimientos y normativas referentes a la exportación de carne de pato a Hong Kong; brinda un producto y servicio de excelente calidad; que cumple con pautas mundiales, que le permite desplegar el cárnico con las exigencias del mercado internacional.

En el ámbito nacional Pato Xport, cumple la Legislación Ecuatoriana en lo pertinente al manejo integral e idóneo de la cría, producción, comercialización y exportación de carne de pato para consumo humano.

4.3 Encuestas

Se utilizó la encuesta como proceso de sondeo fundamental, con el propósito obtener información primaria y específica para establecer el hábito de consumo de carne de pato en la dieta familiar, entre otros aspectos de los consumidores de este cárnico.

La encuesta se aplicó a un prototipo característico de la población universo; el mercado meta para la exportación de carne de pato es la ciudad de Hong Kong, que actualmente importa alrededor de 50.112 Ton/año, que equivalentes a cerca de 4.843 Ton/mes.

Se diseñó una encuesta con 14 preguntas, para tener una idea del tipo de carne que consumen habitualmente, si predomina en su dieta diaria la salubridad y cuanto pagan o están dispuestos a gastar.

Se elaboró inicialmente una encuesta referencial a 90 personas; con base en los resultados, se ajustó la investigación definitiva, teniendo en cuenta los errores detectados. Concluida esta fase de prueba, se realizaron las 900 entrevistas y los resultados se procesaron, analizaron y tabularon.

El número de encuestas realizadas, se determinó a través de la fórmula para calcular el tamaño de población o universo¹⁵. El tamaño de la muestra se determinó con la fórmula:

¹⁵ CALCULO DE LA MUESTRA CORRECTA - 2011

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

E = Error de la muestra

P = Nivel de éxito

Q = Nivel de fracaso

N = Universo

Z = Margen de confianza

Para esta investigación se utilizó un margen de confianza del 96% equivalente a un nivel 2, como se aprecia en la formula.

4.3.1 Muestra

La encuesta se realizo de forma eventual a personas mayores de 18 años que arribaban al Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito; que consumen algún producto cárnico, se exceptuaron a menores de edad y población con hábitos alimenticios vegetarianos, de clase media y media alta.

Se eligió el aeropuerto como sitio de la encuesta por la llegada de turistas extranjeros, nivel socioeconómico y porque dicho sector se ajusta a las personas que consumen carne de pato.

En el Cuadro N° 14 se recopila la cantidad de extranjeros que ingresaron al territorio ecuatoriano, en el periodo 2009 - 2013, según datos del Ministerio de Turismo.

CUADRO N° 14. ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR

Mes	Años (Cantidad)					Porcentaje (%) 2013 - 2012
	2009	2010	2011	2012	2013	
Enero	86.544	96.109	105.548	127.116	130.842	2,93
Febrero	72.742	89.924	86.421	99.521	103.768	4,27
Marzo	72.226	82.452	87.495	96.948	113.361	16,93
Abril	72.910	70.540	87.507	92.627	89.669	(3,19)
Mayo	70.277	77.618	82.870	92.644	98.420	6,23
Junio	89.889	91.602	99.949	118.292	121.742	2,92
Julio	102.571	110.545	117.966	130.779	138.140	5,63
Agosto	87.221	95.219	98.962	106.375	112.576	5,83
Septiembre	68.124	71.776	80.090	85.990	97.372	13,24
Octubre	77.960	83.701	88.357	99.145	111.519	12,48
Noviembre	76.965	81.253	92.573	99.674	112.061	12,43
Diciembre	91.070	96.359	113.299	122.790	136.799	11,41
TOTAL	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.901	1.366.269	7,42

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO, DIRECCIÓN NACIONAL DE MIGRACIÓN Y BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - 2013
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

El tamaño de la muestra se determinó con base en la aplicación de la fórmula, con los parámetros estadísticos adoptados y el total de extranjeros que vinieron al Ecuador en el año 2013, como se indica a continuación:

E = Error de la muestra 0,02

P = Nivel de éxito = 0,9

Q = Nivel de fracaso = 0,1

N = Universo = 1.366.269

Z = Nivel de confianza 95,5% = 2

$$n = \frac{2^2 * 0,90 * 0,1 * 1.366.269}{0,02^2 * (1.366.269 - 1) + 2^2 * 0,90 * 0,1}$$

$$n = \frac{491.856,84}{546,87}$$

$$n = 900 \text{ Encuestas}$$

4.3.2 Segmentación del mercado

Para fijar el mercado al cual va dirigida la exportación de la carne de pato, es necesario concretar el perfil de los potenciales importadores y enfocar de forma correcta el despliegue del producto carnico y las tácticas de comercialización y mercadeo.

En el Cuadro N° 15 se recopilan los resultados del procesamiento de datos de las encuestas realizadas para establecer el hábito de consumo de carne de pato en la dieta familiar.

CUADRO N° 15. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Descripción		Total	
		Cantidad	Porcentaje (%)
1. ¿Se preocupa de la alimentación sana?	1.1 Si	873	97
	1.2 No	27	3
2. A los que dicen sí ¿De qué forma?	2.1 Consumiendo frutas y verduras	207	23
	2.2 Solo productor naturales	45	5
	2.3 No come carne	18	2
	2.4 Comiendo solo pescado y aves	405	45
	2.5 Alimentos bajos en grasas y azúcares	189	21
	2.6 Otros	36	4
3. ¿Consume carne habitualmente?	3.1 Si	859	95
	3.2 No	41	5
4. ¿Qué tipo de carne consume habitualmente?	4.1 Res	207	23
	4.2 Cerdo	180	20
	4.3 Pollo	234	26
	4.4 Pescado	171	19
	4.5 Pato	99	11
	4.6 Otros	9	1
5. ¿Con qué frecuencia consume carne?	5.1 A diario	565	63
	5.2 De 2 a 3 veces por semana	306	34
	5.3 Ocasionalmente	29	3
6. ¿Qué beneficios del consumo de carne conoce?	6.1 Aumenta los nutrientes	596	66
	6.2 Fuente de proteínas de alta calidad	123	14
	6.3 Hierro de fácil absorción	65	7
	6.4 Concentración de minerales	99	11
	6.5 Grandes agrupaciones de vitamina B	14	2
	6.6 Otros	3	0
7. ¿Ha consumido carne de pato?	7.1 Si	837	93
	7.2 No	63	7
8. A los que dicen sí ¿En donde ha consumido?	8.1 Domicilio	411	49
	8.2 Restaurantes	414	49
	8.3 Otros	12	1
9. A los que dicen sí ¿Qué opinión le merece la carne de pato?	9.1 Sabrosa	57	7
	9.2 Nutritiva	389	46
	9.3 Suave	83	10
	9.4 Sana	302	36
	9.5 Otros	6	1
10. ¿Compraría carne de pato?	10.1 Si	873	104
	10.2 No	27	3
11. A los que dicen no ¿Por qué no?	11.1 Sabor	2	7
	11.2 Poder calorífico	1	4
	11.3 Desconocimiento de poderes	9	33
	11.4 Dificultad de conseguirla	12	44
	11.5 Otros	3	11
	12.1 Precio	147	17
12. A los que dicen sí: ¿Qué factores consideraría para comprar carne de pato?	12.2 Nutrición	517	59
	12.3 Sabor	150	17
	12.4 Otros	59	7
	13.1 Supermercados	373	41
13. ¿Dónde compraría carne de pato?	13.2 Negocios especializados	73	8
	13.3 Fincas	12	1
	13.4 Restaurantes	437	49
	13.5 Otros	5	1
	14.1 Siempre	514	57
14. ¿En qué momentos considera oportuno consumir carne de pato?	14.2 De vez en cuando	358	40
	14.3 En eventos o fiestas	28	3
	15.1 Menos de 12	27	3
15. ¿Qué precio en dólares paga o pagaría por un plato de carne de pato?	15.2 Entre 12 y 16	234	26
	15.3 Entre 16 y 20	279	31
	15.4 Más de 20	360	40
	16.1 De 18 a 30	207	23
16. Edad	16.2 De 30 a 50	612	68
	16.3 Mayores de 50	81	9
	17.1 Femenino	396	44
17. Sexo	17.2 Masculino	504	56
	18.1 Empleado	459	51
18. Actividad principal	18.2 Estudiante	198	22
	18.3 Independiente	225	25
	18.4 Otras	18	2
19. Estado civil	19.1 Casado	162	18
	19.2 Divorciado	315	35
	19.3 Soltero	252	28
	19.4 Separado	126	14
	19.5 Viudo	45	5
20. Nacionalidad	20.1 Extranjeros	882	98
	20.2 Nacionales	18	2

FUENTE: TRABAJO DE CAMPO - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

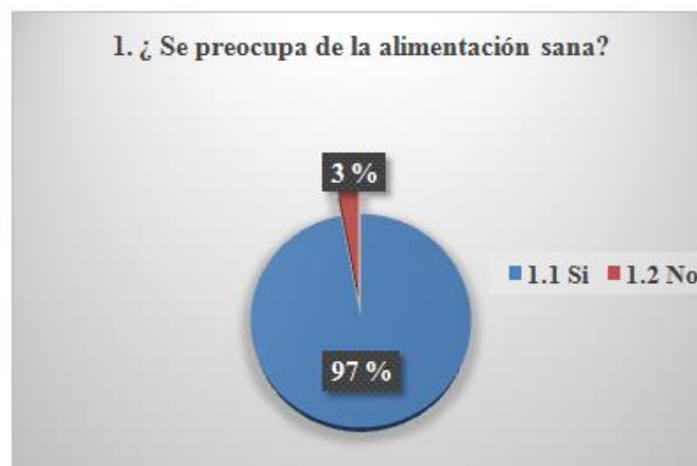
El sondeo de opinión para conocer hábitos de consumo de carne de pato, se realizó con base en el formato de encuesta que se indica en el Anexo N° 1.

La información general requerida para el proyecto sobre la carne de pato se encuentra en el ítem 2.1 Marco Teórico.

Con base en Cuadro N° 15 de análisis de resultados de las encuestas del sondeo de opinión del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, de la empresa Pato Xport; se estableció que:

- El 97 % de las personas se preocupan de una alimentación sana y el 3% restante no; como se aprecia en el Cuadro N° 16.

CUADRO N° 16. % DE LOS QUE SE PREOCUPAN DE LA ALIMENTACIÓN SANA



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 45% se preocupan por su alimentación sana y consumen solo pescado y aves, el 23% frutas y verduras, el 21% alimentos bajos en grasas y

azucres, el 5% solo productor naturales, el 4% otros y el 2% no come carne; como se percibe en el Cuadro N° 17.

CUADRO N° 17. % DE CÓMO SE PREOCUPAN

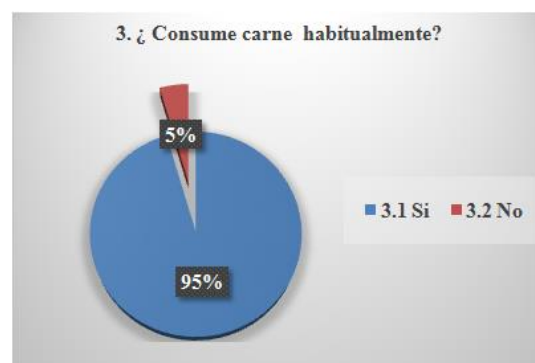


FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 95% de las personas consumen carne habitualmente y el 5% no; como se indica en el Cuadro N° 18.

CUADRO N° 18. % DE LOS QUE CONSUMEN CARNE HABITUALMENTE



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 26% pollo, el 23% res, el 20% cerdo, el 19% pescado, el 11% pato y el 1% otros; como se muestra en el Cuadro N° 19.

CUADRO N° 19. % HABITUALMENTE DEL TIPO DE CARNE CONSUMEN

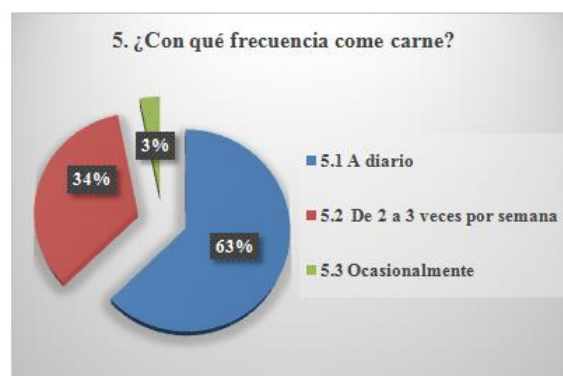


FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 63% a diario, el 34% de 2 a 3 veces/ semana y el 3% ocasionalmente; como se evidencia en el Cuadro N° 20.

CUADRO N° 20. % DE FRECUENCIA DE CONSUMO DE CARNE



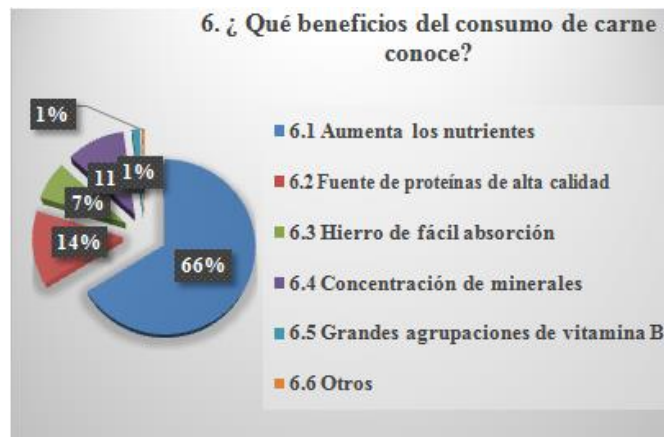
FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 66% que aumenta nutrientes, el 14% fuente de proteínas de alta calidad, el 11% Concentración de minerales, el 7% Hierro de fácil absorción, 2%

Grandes agrupaciones de vitamina B y el 1% otros; como se muestra en el Cuadro N° 21.

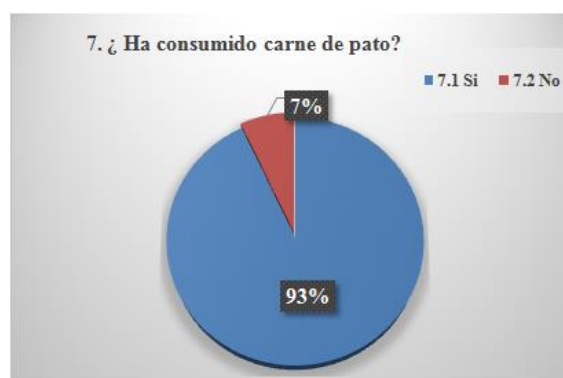
CUADRO N° 21. % DE CONOCIMIENTO DE BENEFICIOS DE LA CARNE



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 93% han comido carne de pato y el 7% no; como se puede evidenciar en el Cuadro N° 22.

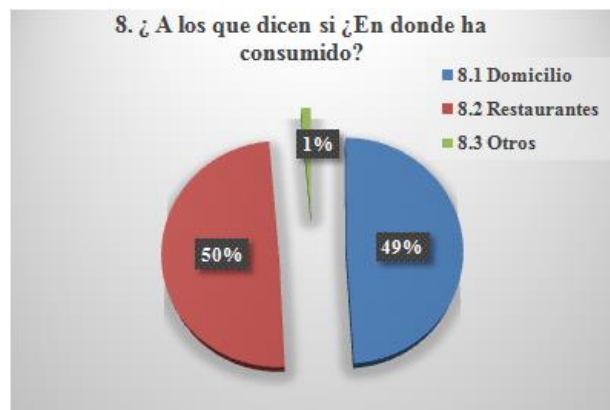
CUADRO N° 22. % DE LOS QUE HAN COMIDO CARNE DE PATO



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 50% de las personas en restaurantes, el 49% en domicilio y el 1% otros; como se percibe en el Cuadro N° 23.

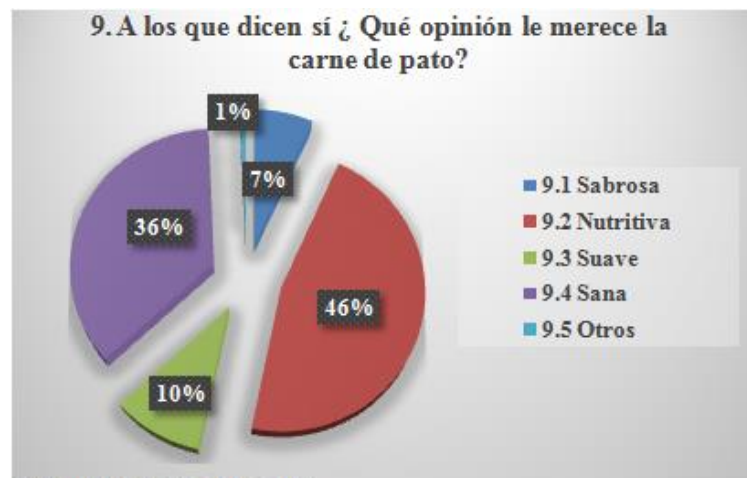
CUADRO N° 23. % DE DONDE HA CONSUMIDO CARNE DE PATO



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 46% nutritiva, el 36% sana, el 10% suave, el 7% sabrosa y el 1% otros; como se muestra en el Cuadro N° 24.

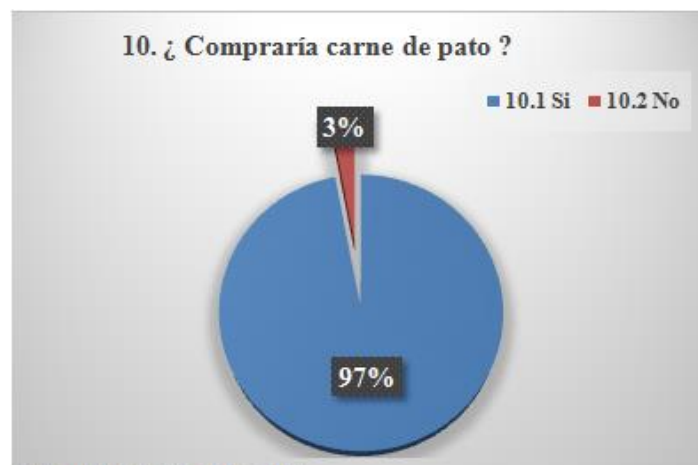
CUADRO N° 24. % DE OPINIÓN DE LA CARNE DE PATO



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 97% de las personas comprarían carne de pato y el 3% no; como se aprecia en el Cuadro N° 25.

CUADRO N° 25. % DE LOS QUE COMPRARÍAN CARNE DE PATO



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT IERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 44% dificultad de conseguirla, el 33% desconocimiento de poderes nutricionales, el 11% otros, el 7% sabor y el 4% poder calorífico; como se muestra en el Cuadro N° 26.

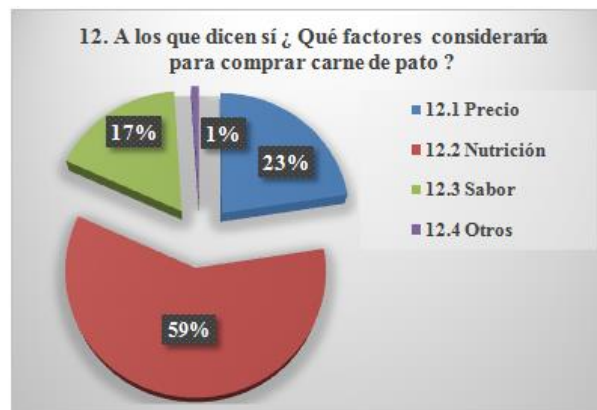
CUADRO N° 26. % DE PORQUE NO COMPRARÍAN CARNE DE PATO



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT IERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 59% compra carne de pato por nutrición, el 23% por precio, el 17% por sabor y el 1% por otros; como se muestra en el Cuadro N° 27.

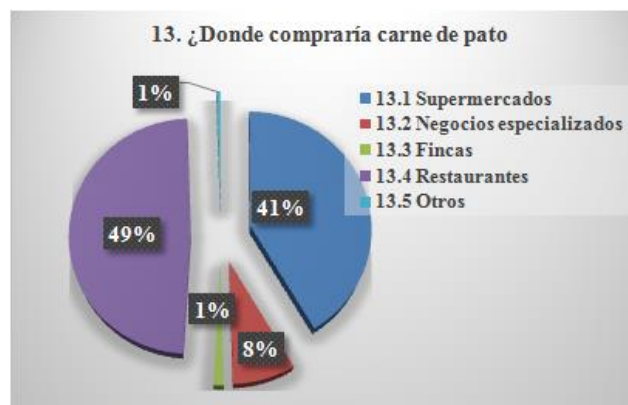
CUADRO N° 27. % DE PORQUE COMPRAN CARNE DE PATO



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 49% en restaurantes, el 41% en supermercados, el 8% en negocios especializados, el 1% en fincas y el 1% en otros sitios; como se visualiza en el Cuadro N° 28.

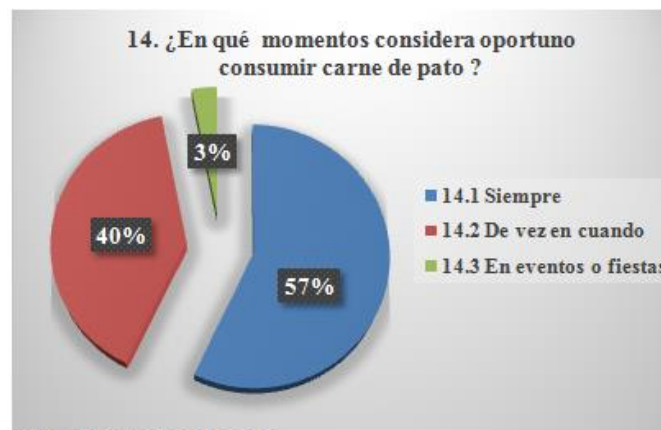
CUADRO N° 28. % DE SITIOS DE COMPRA DE CARNE DE PATO



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 47% de las personas siempre comerían carne de pato, el 40% de vez en cuando y el 3% en eventos o fiestas; como se aprecia en el Cuadro N° 29.

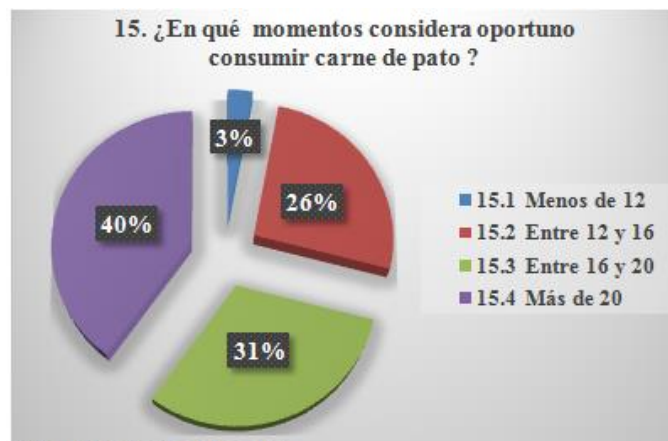
CUADRO N° 29. % DE CUANDO COME CARNE DE PATO



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 40% pagarían más de 20 dólares, el 31% entre 16 y 20 años, el 26% entre 12 y 16 y 3% menos de 12; como se aprecia en el Cuadro N° 30.

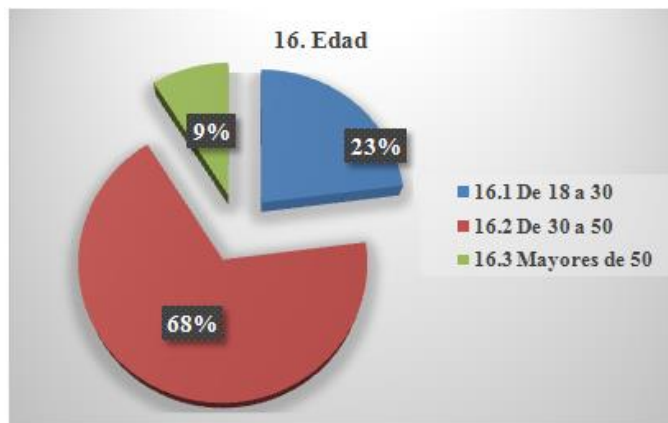
CUADRO N° 30. % DE CUANTO PAGARÍAN POR UN PLATO DE CARNE DE PATO



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 68% de las personas tienen entre 30 y 50 años, 23% entre 18 y 30 años y 9% son mayor de 50 años; como se aprecia en el Cuadro N° 31.

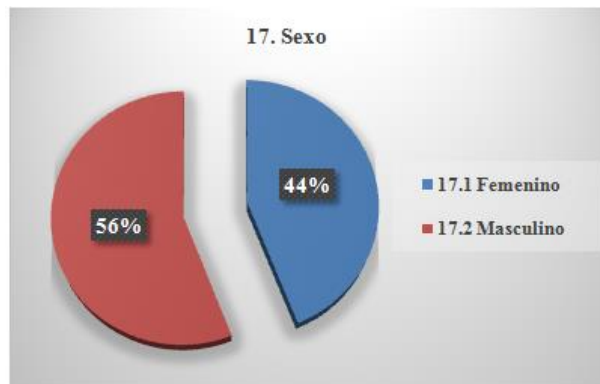
CUADRO N° 31. % DE EDAD



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE
JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 56% de las personas son hombres y el 44% mujeres; como se indica en el Cuadro N° 32.

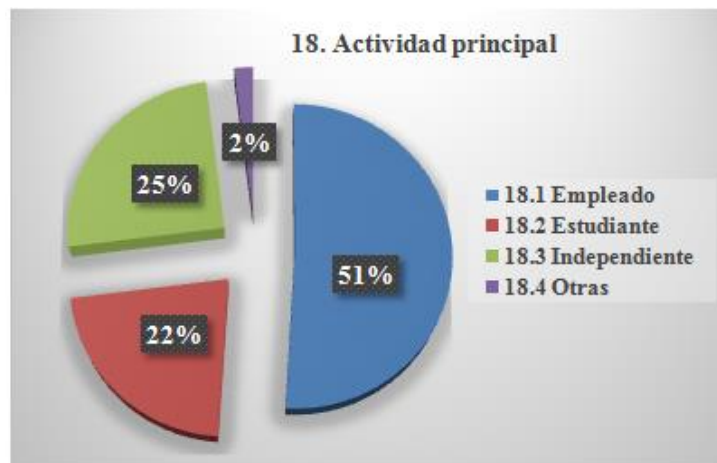
CUADRO N° 32. % DEL SEXO



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE
JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 51% son empleados, el 25% independientes, el 22% estudiantes y el 2% se dedican a otro tipo de actividades, son amas de casa y/o pensionados ; como se percibe en el Cuadro N° 33.

CUADRO N° 33. % DE LA ACTIVIDAD PRINCIPAL

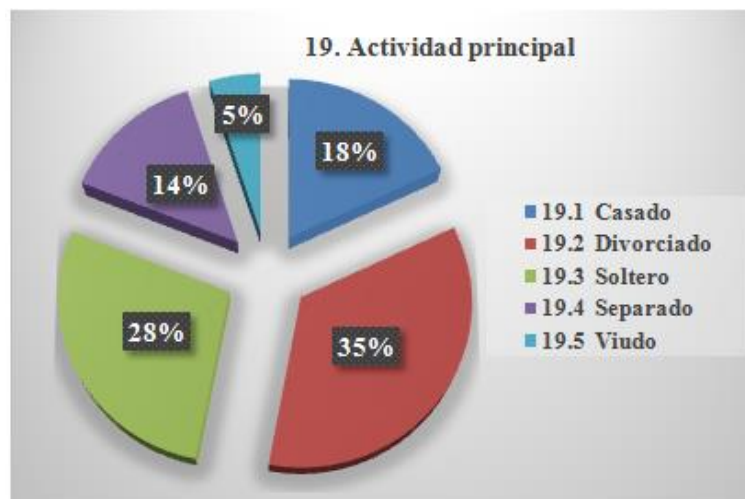


FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 35% son divorciados, el 28% solteros, el 18% casados, el 14% separados y el 5% viudos; como se muestra en el Cuadro N° 34.

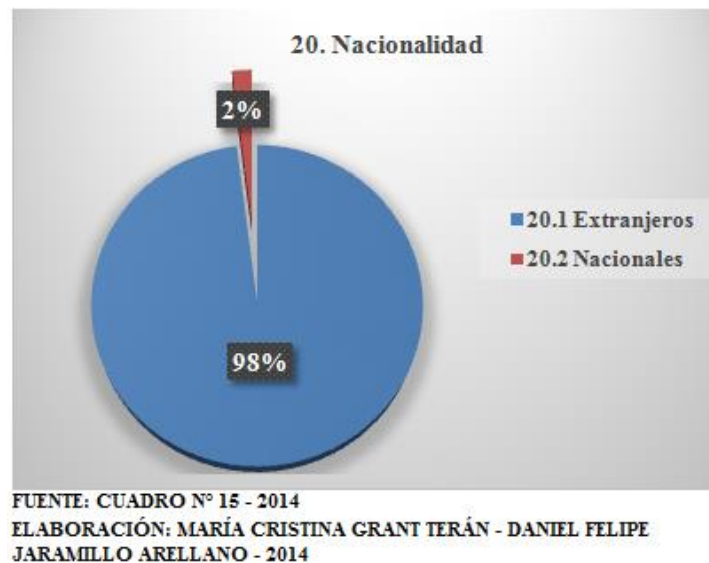
CUADRO N° 34. % DEL ESTADO CIVIL



FUENTE: CUADRO N° 15 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

- El 98% son extranjeros y el 2% nacionales; como se evidencia en el Cuadro N° 35.

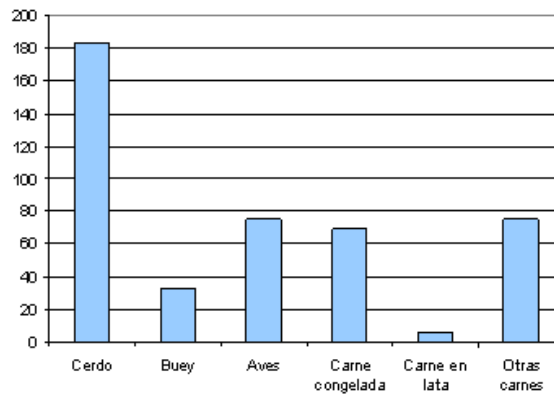
CUADRO N° 35. % DE NACIONALIDAD**4.4 Análisis de la oferta**

La gastronomía china en general y en particular la de Hong Kong se basa en arroz, verduras y carne. Al ser una ciudad moderna y cosmopolita hay todo tipo de restaurantes pero los productos antes mencionados siguen siendo los más consumidos por los habitantes de esta metrópoli¹⁶.

Aunque los habitantes de Hong Kong tienen la costumbre de comer a diario en restaurantes; según los últimos estudios efectuados por el Census and Statistics Department, demuestran que los cárnicos cubren el 25% de la canasta familiar de los hongkoneses.

En Hong Kong las personas gastan el 63% mensual en comida del hogar, en el Cuadro N° 36 se observan las preferencias de consumo en relación a cárnicos.

¹⁶EL MERCADO DE LA CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS EN HONG KONG - 2013

CUADRO N° 36. GASTO MENSUAL EN CÁRNICOS

FUENTE: CENSUS AND STATISTICS DEPARTMENT HONG KONG

Respecto a las aves, se trata principalmente de patos importados de China y de cordero de Nueva Zelanda o Australia¹⁷.

Aunque la población prefiere comer carne fresca, ésta representa solo el 20% de las importaciones totales de este producto. La cual es principalmente de China, por la proximidad geográfica y los otros productos importados de carnes y despojos de aves, vacuno, cerdo y cordero, llegan al mercado congelado.

La población china consume una gran cantidad productos cárnicos elaborados tradicionales como jamones de Ginhua o Yunnan; aunque los occidentales ya comienzan a introducirse en su dieta diaria, principalmente en el caso de chinos de alto poder adquisitivo y expatriados extranjeros.

Según AGROCALIDAD, hasta abril del 2014 no existen empresas para exportar carne de pato, solo hay 1 registrada para crianza y 3 en proceso de inscripción,

¹⁷ OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DEL CONSULADO GENERAL DE ESPAÑA EN HONG KONG - 2013

las 4 son para consumo nacional; luego no existe competencia directa en lo referente a envío al exterior de carne de pato a nivel del territorio ecuatoriano.

Aunque no se tiene competencia directa a la exportación de carne de pato, hay otros productos cárnicos como el pollo, pavo, ganso y codorniz que se categorizan como competencia indirecta.

Con base en la información dada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, según lo revisado en los datos históricos desde el año 2009 hasta el 2014, no se registra ingreso de carne de pato al país en lo pertinente a importaciones y ni en lo referente a exportaciones de este cárnico.

4.5 Plaza

Hong Kong es el mercado para la exportación de la carne de pato que produzca la empresa Pato Xport.

Se selecciono como plaza a los hongkoneses, por su alto consumo de cárnicos, la inclusión en su dieta cotidiana de la carne de pato, la no producción del producto dentro de su espacio geográfico y la cantidad anual que exportan para cubrir el consumo local.

4.6 Comercialización

La comercialización del producto del proyecto de factibilidad de exportación de la carne de pato, está enfocada a consumidores que incluyen este cárnico en su dieta habitual por salud, sabor, calidad, finura y nutrientes.

La comercialización de la carne de pato está enfocada a enviarla a Hong Kong y se realizaría a través de un distribuidor, la empresa Pato Xport exportar 19.371 kilos/año, que son aproximadamente 6.000 patos mensuales.

El incremento previsto anual para la comercialización es del 3% durante los 5 primeros años del proyecto.

La demanda de carne de pato esta garantiza por el volumen de la importación de este cárnico de Hong Kong; el cual a su vez está avalado por las costumbres alimenticias de la población y la no crianza de animales, si exceptuamos la de pollos en mínima cantidad; por lo anterior expuesto penden de la importación para cubrir la demanda alimenticia local.

La legislación vigente para ingresar productos cárnicos a Hong Kong es propia y diferente a la de China Continental. En territorio hongkonés no existen barreras arancelarias, ni cuotas de importación.

Hong Kong, presenta una apertura más amplia que China Continental a importaciones, por ser un puerto libre y que muchas de estas son reexportadas hacia otros países, de las cuales son enviadas aproximadamente a China el 50%.

Las empresas importadoras de carnes congeladas o refrigeradas, se tienen que registrar en el Pre - Programa de Registro Voluntario Legal del Centro para la Seguridad Alimentaria y contar con la licencia pertinente, que se tramita ante la autoridad competente que es el Departamento de Higiene de los Alimentos y del Medio Ambiente. A la solicitud de licencia de importación debe anexarse obligatoriamente el certificado sanitario actualizado, expedido por la autoridad competente del país exportador.

El Departamento de Higiene de los Alimentos y del Medio Ambiente a las 24 horas hábiles de aprobar la licencia de importación, la entregara y está es válida para un único embarque y por 6 semanas desde su aprobación.

Las autoridades de hongkoneses parten de la premisa que cualquier empresa exportadora de cárnicos cuenta con un método que permite verificar en cualquier instante la ruta completa del producto desde la granja donde se crió al animal hasta su llegada a Hong Kong. Por lo anterior expuesto, los primeros 3 envíos de carnes de un proveedor extranjero, son sometidos por el Departamento de Sanidad a retención y análisis para su verificación satisfactoria, este procedimiento se realiza aplicando recomendaciones de la Organización Mundial de Sanidad Animal - OIE.

La inspección del etiquetado y trazabilidad de los producto importados son responsabilidad del Centro de Seguridad Alimentaria.

El exportador deberá contar con la siguiente información en su envase:

- Nombre y marca
- Número de planta registrada
- Lista de ingredientes
- Nombre del productor
- Embalaje
- Peso neto
- Fecha de producción
- Temperatura y requerimientos de conservación
- Vida útil
- País de origen
- Destino

La información solicitada en el etiquetado de los productos debe estar en inglés, chino o en ambos idiomas.

4.7 Comunicación

Para darse a conocer en el medio, la empresa Pato Xport lo hará vía web, porque sirve también de plataforma para vender la carne de pato y encontrar el distribuidor.

El programa de comunicación inicia con la campaña pertinente y exclusiva de deseleccionar y elegir el distribuidor en Hong Kong; esto se logra con su propia

página web y con links en diferentes páginas especializadas, además desplegará las siguientes estrategias de comunicación para cumplir el objetivo anterior:

- Publicar anuncios en revistas de comida gourmet e internet
- Divulgar vía internet el correo electrónico empresarial
- Generar boletines y catálogos electrónicos
- Asistir a ferias gastronómicas y de alimentación saludable
- Realizar conversaciones personalizadas con el distribuidor

- Contar con volantes, afiches, avisos, folletos, calendarios publicitarios y stikers electrónicos
- Invitar a los distribuidores a conocer infraestructura, instalaciones y proceso de producción

Se utiliza como principal medio de comunicación, promoción y publicidad para dar a conocer el producto cárnico el internet, dentro de este se empleara entre otros las redes sociales y página web propia; para lo que asigna un presupuesto del 10% de las ventas totales.

5 MARKETING MIX

5.1 Definición del Producto

El proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, tiene como umbral lograr el bienestar del animal, la producción, comercialización y exportación del

cárnico; brindar un producto casi no procesado, sin tantos aditivos, ni conservantes, libre de hormonas y antibióticos, de alta calidad y muy natural desde la incubación y la crianza.

Pato Xport ofrece un producto cárnico de calidad, con el fin de cubrir las expectativas del usuario; la comercialización y la exportación de la carne de pato, se hace bajo el argumento de que el consumidor final busca cuidar su salud mediante una alimentación saludable, rica y nutritiva.

Cabe destacar que la carne de pato puede ser de las más calóricas, si se come con piel; si esta se retira, su aporte de grasas es alrededor del 6%, muy similar al de las carnes magras.

La carne de pato se destaca por su contenido de proteínas de buena calidad y su aporte vitamínico, en ella sobresalen vitaminas hidrosolubles, es buena fuente de hierro de fácil absorción, fósforo y zinc; tiene gran cantidad de glutamato, este corresponde casi al 14% de aminoácidos y presenta tipologías de estimulación del sistema inmunológico; lo que aumenta el consumo del producto en personas que prefieren una carne con características diferentes a las tradicionales.

5.2 Análisis de precios

El precio de exportación de la carne de pato, se establece bajo la premisa que debe ser bajo y estar dentro de los rangos del mercado internacional, por lo anterior expuesto se estableció en 14,8 dólares/kilo; teniendo en cuenta que el

precio/kilo de la carne de pato fresca importada a Hong Kong oscila entre los 8,09 y 32,8 dólares dependiendo de la calidad¹⁸⁻¹⁹.

Como el precio de envío de Pato Xport está muy cerca a los valores más bajos que pagan por este cárnico, para ser más competitivos y porque el producto enviado al mercado hongkonés es libre de hormonas y antibióticos, más saludable, natural, sin aditivos, ni conservantes, de mejor sabor y textura.

Lo anterior hace la diferencia con otras carnes, le da mayor valor agregado, rápida penetración y acogida entre los consumidores por la calidad y precio.

El mercado de cárnicos engloba de baja calidad en la que se compite por precio y se logran beneficios por volumen y productos de alta calidad en que los márgenes son mucho mayores pero el volumen es menor.

6 PLAN ESTRATÉGICO

6.1 Directrices de la Empresa

6.1.1 Misión

¹⁸ ESTUDIO DE MERCADO DE CARNES DE POLLO Y PATO EN HONG KONG - 2013

¹⁹ EL MERCADO DE LAS CARNES DE POLLO, PATO Y CONEJO EN JAPÓN - 2013

Brindar un producto cárnico de excelente calidad, fresco, saludable, nutritivo, y sano; cumpliendo las condiciones fitosanitarias, económicas, técnicas, socio ambientales y de seguridad; manejadas de forma integral para incrementar ventas, obtener rentabilidad y éxito.

6.1.2 Visión

Ser una empresa líder en el manejo idóneo sanitario y ambiental, que incluye seguridad laboral para preservar capital humano, especie y ecosistema del lugar; productora y comercializadora de carne de pato, que da siempre valor agregado a los procesos de gestión, para tener una relación de mutuo beneficio con los participantes; comprometida con la alimentación saludable, que ofrece un cárnico de la más alta calidad, fresco y que conserva condiciones naturales para satisfacer necesidades y expectativas de los consumidores.

6.1.3 Valores Organizacionales

La Empresa Pato Xport establece los valores organizacionales que reflejan la calidad del producto cárnico con base en los siguientes principios:

- Calidad
- Imagen y compromiso
- Seguridad y asesoría
- Atención y amistad

6.2 Objetivos

6.2.1 Objetivo general

Posicionar a Pato Xport, como una empresa productora de carne de pato por infraestructura, atención al cliente, comprometida y reconocida por eficiencia de procesos, calidad, frescura, condiciones naturales del cárnico y por brindar un producto saludable, sano y nutritivo.

6.2.2 Objetivos específicos

- Exportar carne de pato a Hong Kong
- Producir un producto cárnico de excelente calidad a precio razonable
- Capacitar al personal y generar puestos trabajo en el entorno empresarial
- Lograr seguridad y confianza al consumidor final de la carne de pato
- Dar a conocer una carne de alta calidad, más sano, saludable y nutritiva
- Satisfacer necesidades y deseos de los consumidores aprovechando las costumbres y tradiciones alimenticias

6.3 FODA

El análisis de la matriz FODA se efectuó para establecer estrategias ofensivas, defensivas, sólidas e innovadoras; necesarias para cumplir con los objetivos planteados para el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato; con

base en las variables predominantes que tienen incidencia directa sobre las actividades empresariales.

El FODA es que es una herramienta vital, que permite investigar de manera eficiente y técnica, las diferentes variables que intervienen, para lograr óptima información requerida en la toma decisiones del proyecto.

6.3.1 Análisis interno

- **Fortalezas**

- ❖ Disponer de un equipo multidisciplinario idóneo con experiencia y capacidad técnica, operativa, administrativa y económica financiera
- ❖ Contar con socios e inversionistas identificados y comprometidos
- ❖ Tener la infraestructura requerida para cubrir las necesidades del nicho de mercado seleccionado
- ❖ Contar con la logística y el plan de mercado requerido
- ❖ Crecimiento económico y desarrollo comunitario del sector

- **Debilidades**

- ❖ Ser una empresa nueva
- ❖ Carencia de incentivos para conservar ecosistemas y entorno
- ❖ Disponibilidad oportuna de los recursos económicos
- ❖ Escasez de centros de formación en granjas de patos en el sector
- ❖ Falta de experiencia en exportación de cárnicos

6.3.2 Análisis externo

- **Oportunidades**

- ❖ Preferencia del ser humano por alimentación saludable y nutritiva
- ❖ Disponibilidad de recursos tecnológicos e incidencia de los medios de comunicación en prácticas alimenticias
- ❖ Joint venture con empresas dedicadas a exportar y comercializar carne de pato
- ❖ El alto consumo de los hongkoneses de la carne de pato

- ❖ Interés comunitario de crecer y desarrollar granjas de patos en el área

- **Amenazas**

- ❖ Competencia desleal y crecimiento de la oferta de cárnico
- ❖ Fenómenos naturales, falta de sistemas de control y seguimiento a planes de gestión del riesgo, con amplia participación comunitaria
- ❖ Disminución de mano de obra del sector e incremento del costo laboral
- ❖ Inestabilidad política del país
- ❖ Inexperiencia del manejo de granjas de patos de la comunidad y del personal

En el Cuadro N° 37 se indica el análisis FODA del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato.

En Cuadro N° 37 recopila oportunidades y amenazas que corresponden al análisis externo y las referentes al interno fortalezas y debilidades, las cuales permitirán tomar decisiones empresariales y desarrollar estrategias apropiadas.

CUADRO N° 37 ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA PATO XPORT

Internas		Externas	
Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
Disponer de un equipo multidisciplinario idóneo con experiencia y capacidad técnica, operativa, administrativa y económica financiera	Ser una empresa nueva	Preferencia del ser humano por alimentación saludable y nutritiva	Competencia desleal y crecimiento de la oferta de cárnico
Contar con socios e inversionistas identificados y comprometidos	Carencia de incentivos para conservar ecosistemas y entorno	El alto consumo de los hongkoneses de la carne de pato	Fenómenos naturales, falta de sistemas de control y seguimiento a planes de gestión del riesgo, con amplia participación comunitaria
Tener la infraestructura requerida para cubrir las necesidades del nicho de mercado seleccionado	Disponibilidad oportuna de los recursos económicos	Disponibilidad de recursos tecnológicos e incidencia de los medios de comunicación en prácticas alimenticias	Disminución de mano de obra del sector e incremento del costo laboral
Contar con la logística y el plan de mercado requerido	Escasez de centros de formación en granjas de patos en el sector	Joint venture con empresas dedicadas a exportar y comercializar carne de pato	Inestabilidad política del país
Crecimiento económico y desarrollo comunitario del sector	Falta de experiencia en exportación de cárnicos	Interés comunitario de crecer y desarrollar granjas de patos en el área	Inexperiencia del manejo de granjas de patos de la comunidad y del personal

FUENTE: MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA - GADM - GADP - MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

6.4 Matriz de relación

La matriz de relación del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, analiza vínculos heterogéneos entre los 4 componentes del análisis FODA, para establecer afinidades entre:

- Fortalezas y Oportunidades
- Fortalezas y Amenazas
- Debilidades y Oportunidades

- Debilidades y Amenazas

Las 4 relaciones anteriores, crean medidas estratégicas que aumentan los aspectos positivos y restan los negativos del proyecto, estableciendo imparcialmente las zonas de: éxito, ilusión, desgaste y vulnerable, además ^{20 - 21}

La zona de éxito incluye fortalezas y oportunidades para crear estrategias que las propaguen.

La zona de ilusión crea habilidades que reducen ampliamente las debilidades e aumentan las oportunidades.

La zona de desgaste forja estrategias que aumentan las fortalezas y disminuyen las debilidades.

En el Cuadro N° 38 se encuentra la matriz de relación de la empresa Pato Xport.

²⁰www.qfdlat.com -2014

²¹Asociación Latinoamericana de QFD -2014

CUADRO N° 38. ANÁLISIS DE RELACIÓN DEL PROYECTO

Análisis de la matriz de relación	Fortalezas	Debilidades
	Disponer de un equipo multidisciplinario idóneo con experiencia y capacidad técnica, operativa, administrativa y económica financiera	Ser una empresa nueva
	Contar con socios e inversionistas identificados y comprometidos	Carencia de incentivos para conservar ecosistemas y entorno
	Tener la infraestructura requerida para cubrir las necesidades del nicho de mercado seleccionado	Disponibilidad oportuna de los recursos económicos
	Contar con la logística y el plan de mercado requerido	Escasez de centros de formación en granjas de patos en el sector
	Crecimiento económico y desarrollo comunitario del sector	Falta de experiencia en exportación de cármicos
Oportunidades	Zona de éxito (Fortalezas - Oportunidades)	Zona de ilusión (Debilidades - Oportunidades)
Preferencia del ser humano por alimentación saludable y nutritiva	Comercialización y promoción de la carne de pato, para satisfacer hábitos de los hongkoneses que prefieren alimentación saludable nutritiva	Presentar el producto cármico resaltando entre otras poder nutricional y calidad con base en las costumbres alimenticias de los hongkoneses
El alto consumo de los hongkoneses de la carne de pato	Cubrir la cobertura propuesta del mercado de Hong Hong utilizando personal calificado, optimización de procesos y capacidad logística	Generar alianzas con empresas experimentadas, para mejorar calidad y sistemas de comercialización de la carne de pato
Disponibilidad de recursos tecnológicos e incidencia de los medios de comunicación en prácticas alimenticias	Esgrimir la incidencia de la comunicación para afirmar y potencializar tácticas de mercadeo y promocionar el producto	Utilizar tecnología de punta e incluirla en la publicidad como promoción del producto cármico e incentivar al consumo y buena práctica alimentaria
Joint venture con empresas dedicadas a exportar y comercializar carne de pato	Desarrollar tácticas de marketing que estaquen los beneficios del producto cármico en convenios y campaña publicitaria de los diferentes medios de comunicación para posicionarlo	Capacitar al personal, promover centros adiestramiento y comunicar al distribuidor la política de precio razonable y calidad del producto
Interés comunitario de crecer y desarrollar granjas de patos en el área	Utilizar la granja de carne de pato como motivación para el crecimiento comunitario	Contratar personal competente y experimentado e implementar sistemas de capacitación empresarial
Amenazas	Zona de desgaste (Fortalezas - Amenazas)	Zona vulnerable (Debilidades - Amenazas)
Competencia desleal y crecimiento de la oferta de cármico	Emplear la experiencia y capacidad del equipo técnico para contrarrestar competencia desleal y aumentar el consumo del producto	Establecer un precio competitivo y asequible para el mercado hongkonés y generar una imagen empresarial responsable, ética y seria
Fenómenos naturales, falta de sistemas de control y seguimiento a planes de gestión del riesgo, con amplia participación comunitaria	Apoyar a empleados y comunidad en el buen manejo ambiental y gestión del riesgo, para promover la conservación de ecosistemas del entorno y minimizar daños	Tener programa que motiven a la población y a empleados a conservar el hábitat y a disminuir riesgos e implementar controles permanentes para minimizar los riesgos
Disminución de mano de obra del sector e incremento del costo laboral	Implementar uso sustentable de recursos y optimización de procesos	Contar con recursos de selección de personal y programas de mejora continua que incluyan incentivar y conservar mano de obra capacitada, entrenada y experimentada, para minimizar rotación de contrataciones
Inestabilidad política del país	Tener contratos con los distribuidores, disponibilidad de capital, disminuir costos y gastos, conservando siempre la rentabilidad y la calidad del producto	Gestionar a nivel gubernamental centros de formación de granjas de patos
Inexperiencia del manejo de granjas de patos de la comunidad y del personal	Contribuir al desarrollo y al mejoramiento del nivel de vida de los involucrados en el proyecto y realizar una campaña novedosa que involucren el manejo del producto	Contar con asesorías y programas de capacitación empresarial de negociaciones y administración de granjas de pato

FUENTE: ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE QFD - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

6.5 Matriz de estrategia de actuación

Con base en FODA se elaboró la matriz de estrategia de actuación, la cual permitió:

- Utilizar las fortalezas para impulsarlas, salvaguardarlas y desarrollarlas
- Corregir debilidades para contrarestarlas, mitigarlas y excluirlas
- Emplear las oportunidades para explotarlas, esgrimirla y aprovecharlas
- Usar las amenazas para prevenirlas, atenuarlas e impedir las

Lo anterior con el propósito de tomar ventaja de fortalezas y oportunidades y neutralizar debilidades y amenazas.

La matriz de actuación es una herramienta esencial para contar con apropiada estructura organizacional y tener sistemas de control idóneos empresariales.

Con los componentes de la matriz de estrategias de actuación del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, se implantan métodos de gestión y tácticas apropiadas para actuar ante probables sucesos de la empresa.

6.6 Análisis de las cinco fuerzas de Porter

La competencia relacionada con Pato Xport, se crea con base en las siguientes fuerzas presentes en el medio en que se desenvuelve la empresa:

- Amenaza de entrada de nuevos competidores
- Rivalidad entre competidores
- Poder de negociación de los proveedores
- Poder de negociación de los clientes
- Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Del análisis de los elementos anteriores se obtienen 3 estrategias genéricas:

- Liderazgo en costos
- Diferenciación
- Especialización

Liderazgo en costos y diferenciación busca cubrir el 0,4% de la demanda de importación hongkonés y la especialización corresponde a costos relativamente bajos de 14,8 dólares/kilo en el nicho de mercado de la ciudad de Hong Kong.

6.6.1 Poder de negociación de los clientes

La empresa Pato Xport está enfocada a la necesidad existente y no atendida del consumo de carne de pato de la ciudad de Hong Kong.

En el mercado actual el manejo corresponde a menor precio baja la calidad del producto y la política empresarial es menor precio excelente calidad; bajo esta proposición, no existe competencia directa en el ámbito de la exportación del producto cárnico a los hongkoneses y además genera una oportunidad que ayuda al proyecto en el momento de la negociación.

6.6.2 Poder de negociación de los proveedores

La empresa Pato Xport, dispondrá de diferentes proveedores para suministros, materiales, insumos y equipos; lo que conlleva a que el distribuidor no tiene mayor poder de negociación y genera además una oportunidad que ayuda al proyecto en el momento de compras y adquisiciones.

6.6.3 Amenaza de nuevos productos

La posibilidad de ingreso de nuevos productos tiene una alta posibilidad en el mercado de carne de pato hongkonés, como a nivel internacional; por lo que la empresa Pato Xport tiene ventajas por costos de tecnología, materias primas, presentación, mano de obra, transporte y precio entre otros.

La posibilidad y facilidad con que entran nuevos productos cárnicos de pato al mercado actual, permite tener una medida idónea de rentabilidad; lo que conlleva para conservar e incrementar importaciones a:

- Políticas de excelente calidad

- Mejoramiento continuo
- Optimización de procesos

6.6.4 Amenaza de productos sustitutos

El mercado de carne de pato de Hong Kong al igual que el mundial tienen la posibilidad de ingreso de nuevos productos cárnicos sustitutos; que pueden ser socios estratégicos o complementar debilidades del proyecto, lo que conlleva a que Pato Xport y el Ecuador tengan una excelente opción en el momento que los hongkoneses seleccionen la importación de la carne de pato; lo que lleva a solidificar el producto, incrementar importaciones y atraer a nuevos clientes.

6.6.5 Rivalidad entre los competidores

La rivalidad entre competidores para el proyecto es un factor concluyente para que Ecuador y la empresa Pato Xport exporten a Hong Kong carne de pato de buena calidad a precios muy competitivos.

Igualmente en los últimos años globalización y apertura de fronteras, hicieron crecer extraordinariamente la competencia, así como los escenarios de lucha empresarial; por lo que las firmas han cambiado y tienden a la deslocalización, esto favorece, porque genera socios estratégicos o complementa debilidades del proyecto.

6.7 Ciclo de vida del producto

El ciclo de vida del producto representa su evolución durante su permanencia en el mercado y se compone de las siguientes 5 fases:

- Desarrollo de un nuevo producto
- Introducción en el mercado
- Crecimiento
- Madurez
- Decadencia o declive²²

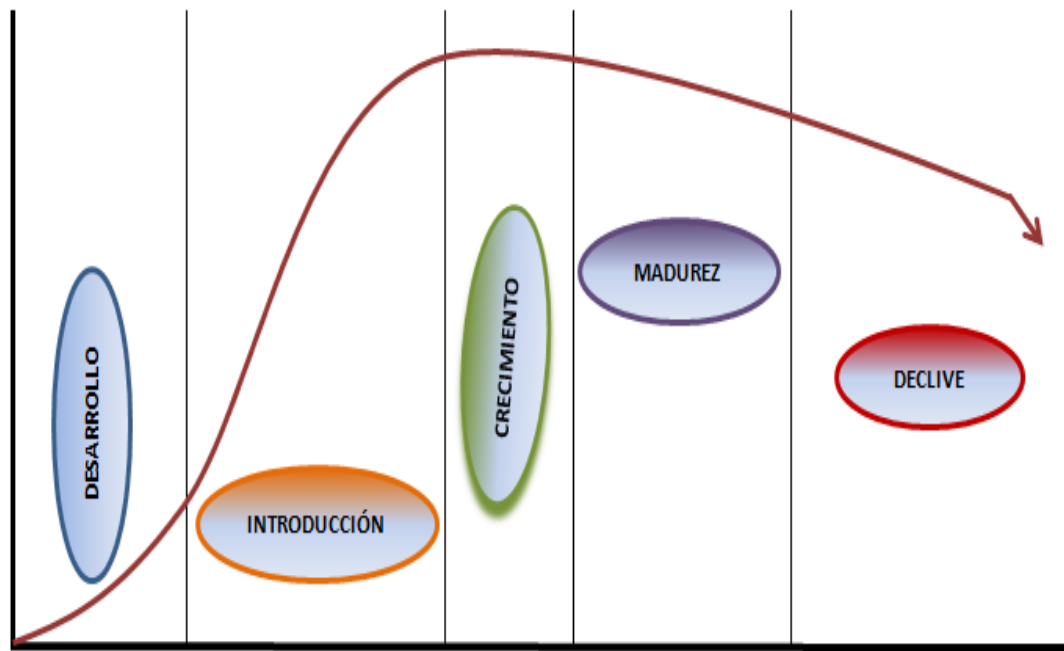
Con base en lo anterior, el producto del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato se encuentra en la fase de desarrollo, porque está en proceso de elaboración, no hay ventas y los costos que se invierten se acumulan.

El ciclo de vida de la carne de pato es de largo plazo, por ser un alimento cárnico de excelente calidad, saludable, sano y altamente nutritivo que es de consumo permanente en el mercado hongkonés.

En el Cuadro N° 39 se encuentra el ciclo de vida del producto.

²² VIGIL Q. JUAN - GRÁFICA DEL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO – 2012

CUADRO N° 39. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



FUENTE: DIRECCION DE MARKETING - PHILIP KOTLER - KEVIN LANE KELLER -2009

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

Para prevenir la fase de declive, desde un inicio se comenzara a diversificar el mercado hacia otros países asiáticos.

6.8 Plan de implantación

El cronograma de actividades proyectadas para la implantación y ejecución del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato se encuentra en el Cuadro N° 40.

El año cero no se incluye en el Cuadro N° 40 del cronograma de actividades, porque es el tiempo para obtener la inversión requerida de implementación y ejecución del proyecto; el funcionamiento y despliegue inicia en el uno.

**CUADRO N° 40. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE
IMPLANTACIÓN Y EJECUCIÓN
EMPRESA PATO XPORT**

Ítem	Descripción de actividades	Año 1 (meses)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Trabajo de campo													
2	Recopilación, procesamiento y análisis de información													
3	Adquisiciones: Terreno, vehículos, maquinaria, equipos, materiales y otros													
4	Elaboración de estudios definitivo y otros													
5	Diseños	Oficinas												
		Planta												
		Vías internas de acceso, parqueadero y casetas de guardiana												
		Galpones: Comederos, bebederos y criadoras												
		Áreas de cuartos fríos, bodegas, equipos, mantenimiento y otros												
	Zonas de recreación y lago													
6	Programas de manejo ambiental, capacitación, investigación y desarrollo													
7	Estudio de Impacto Ambiental													
8	Construcción	Oficinas y planta												
		Parqueadero, área de recreación, lago y vías internas												
9	Servicios básicos: Acueducto, alcantarillado, energía eléctrica, desechos sólidos, telefonía e internet													
10	Seminario y capacitación en administración de granjas y planta													
11	Capacitación en manejo de granjas de crianza de patos													
12	Licencia y planes de manejo ambiental													
13	Centro de monitoreo y control	Ambiental												
		Avícola												
14	Base de datos													
15	Investigación y desarrollo													
16	Coordinación gestión y enlace													
17	Evaluación, control y seguimiento													

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

7.1 Ubicación del proyecto

La empresa Pato Xport, tendrá sus oficinas y funcionara en la parroquia rural de Puembo.

Puembo está ubicado en la provincia de Pichincha, en el valle nororiental del cantón Quito entre los ríos Chiche, Guayllabamba y Guambi a 32 kilómetros de la ciudad de Quito.

Se seleccionó la parroquia rural de Puembo del Distrito Metropolitano de Quito, teniendo en cuenta su práctica tradicional agrícola y ganadera, que un 80% de la población se dedica a la avicultura y floricultura, el 20% restante a la agricultura; este lugar es óptimo para la producción de patos por:

- Facilidad de acceso
- Ubicación cercana al aeropuerto internacional Mariscal Sucre
- Proximidad a la ciudad de Quito
- Clima adecuado para los animales
- Buena disponibilidad de mano de obra
- Terrenos disponibles para infraestructura e instalaciones
- Topografía
- Disponibilidad a corrientes de aguas superficiales
- Entorno social y ambiental apropiado para el proyecto
- Buena disposición comunitaria

En el Cuadro N° 41, se indica la ubicación de la parroquia de Puembo que corresponde al sitio geográfica del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato - Pato Xport.

CUADRO N° 41. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DE CARNE DE PATO



FUENTE: UPLOAD.WIKIMEDIA.ORG

7.2 Tamaño del proyecto

La empresa Pato Xport se conforma legalmente, para manejar en forma integral el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, que estará ubicado

en la parroquia rural de Puembo del Distrito Metropolitano de Quito, en la provincia de Pichincha.

El terreno requerido para que funcione infraestructura, instalaciones y oficinas del proyecto en la parroquia rural de Puembo, tiene una superficie aproximada de 1 hectárea, el precio es de \$ 485.800 dólares/Ha, para un costo total de \$ 485.800 dólares.

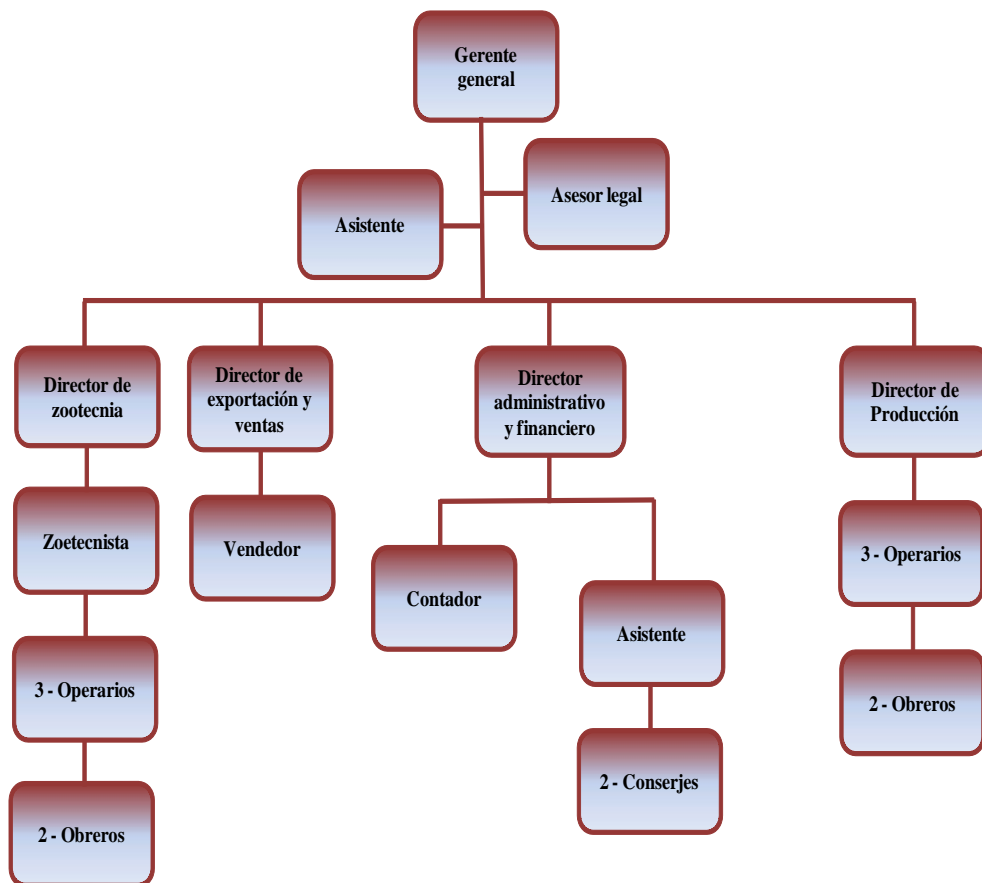
La infraestructura física estará conformada por:

- Oficinas
- Galpones para bodegas, equipos y mantenimiento
- Áreas de cuartos fríos, servicios y otros
- Comederos, bebederos, criadoras y termómetro
- Planta
- Centro de monitoreo y control
- Casetas de guardianía
- Parqueaderos
- Área de recreación
- Lago
- Vías internas de acceso

7.3 Estructura de la empresa

En el Cuadro N° 42, que se muestra la estructura organizacional seleccionada para de la empresa Pato Xport que maneja el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato; este organigrama esta dado para que el gerente general responda por el buen funcionamiento de la institución y administre apropiadamente bajo lineamientos claros y concisos recopilados en el manual de funciones, debidamente aprobados por la junta de accionistas.

**CUADRO N° 42. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL
EMPRESA PATO XPORT**



FUENTE Y ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

Como se aprecia en el Cuadro N° 42 de la estructura organizacional de la empresa Pato Xport, está conformada por:

- 1 - Gerente general
- 1 - Asistente
- 1 - Asesor legal
- 1 - Director de zootecnia
- 1 - Zoetecnista
- 3 - Operarios
- 3 - Obreros
- 1 - Director de exportación y ventas
- 1 - Vendedor
- 1 - Director administrativo y financiero
- 1 - Contador
- 1 - Asistente
- 2 - Conserjes
- 1 - Director de producción
- 3 - Operarios
- 3 - Obreros

7.4 Descripción de puestos

- **Gerente general**
 - ❖ Experiencia: 8 años en mercado de carne de pato y/o avícola
 - ❖ Título: Cuarto nivel específico en el sector avícola

- ❖ Descripción del puesto: Garantizar coordinación, optimización y gestión idónea de las personas bajo su mando, uso adecuado y conservación de infraestructura y suministros de bienes de la empresa

- ❖ Actividades propias del puesto:
 - Desarrollo y crecimiento del negocio y tasas de ocupación

 - Orientar a los jefes de las dependencias de la empresa en los aspectos estratégicos

 - Velar por la aplicación de normas de calidad del producción y regulaciones comerciales

 - Velar por el estricto cumplimiento de la legislación laboral

 - Garantizar buena gestión de costes y márgenes de la empresa

 - Garantizar la excelente gestión de quejas y reclamos

 - Avalar las exportaciones del cárnico, calidad del servicio, del producto y de la excelente atención de los clientes

 - Garantizar mantenimiento y actualización de estándares de calidad y prestación de servicios

- Plantear vías de desarrollo comercial y de exportación
- Ser modelo de desempeño
- **Asistente/ Secretaria**
 - ❖ Experiencia: 2 años en cargos similares
 - ❖ Título: Bachillerato técnico
 - ❖ Descripción del puesto: Garantizar y organizar la secretaría del gerente general e interconexión con la junta directiva, directores y todas las dependencias
 - ❖ Actividades propias al puesto:
 - Manejo de agenda del gerente general
 - Circular documentos de gerencia
 - Preparar y redactar la correspondencia interna en español, chino, francés e inglés
 - Gestionar la agenda de reuniones, citas y viajes entre otros
 - Garantizar interconexión entre gerencia general, proveedores, importadores y exportadores

- **Asesor legal**
 - ❖ Experiencia: 4 años en cargos similares
 - ❖ Título: Abogado
 - ❖ Descripción del puesto: Proveer asistencia legal, administrativa y laboral, en la gestión general y específica desarrollada en el ámbito de la empresa, aportando un marco jurídico adecuado para diseño y ejecución de acciones, programas y proyectos de competencia de la institución
 - ❖ Actividades propias del puesto:
 - Asesorar a el gerente general y a la junta directiva en temas jurídicos de su competencia administrativos, comerciales, de exportación y laborales
 - Preparar informes técnicos jurídicos
 - Elaborar y gestionar normas de creación y ejecución de proyectos y programas desarrollados por la gerencia general articulándolos con la empresa
 - Redactar normas de procedimiento para implementación y ejecución de programas y proyectos

- Participar en elaboración de informes y control de escritos legal
 - Analizar y resolver actuaciones administrativas y trámites de expedientes
 - Elaborar notas, memorándums, providencias, dictámenes y actos administrativos que atañen con la gestión de la gerencia general
 - Diseñar convenios, contratos, resoluciones, reglamentos y acuerdos a suscribirse
 - Participar en la elaboración de informes específicos sobre la gestión de acciones
 - Analizar normativa aplicable para la resolución de temas relacionados con la empresa
 - Resolver situaciones de complejidad jurídica
-
- **Director de zootecnia**
 - ❖ Experiencia: 5 años en cargos similares

- ❖ Título: Tercer nivel zootecnista

- ❖ Descripción del puesto: Participar en la planificación y garantiza el mantenimiento de las diferentes instalaciones de la granja de patos

- ❖ Actividades propias al puesto:
 - Dirigir y dinamizar el personal técnico de la granja de patos en relación a componentes estructurales básicos como gestión económica, administrativa, alimentación, nutrición, fisiología de la producción, reproducción, genética y mejoramiento

 - Salvaguardar la salud de los patos a través de diagnóstico, tratamientos y prevención de enfermedades, evitando la transmisión a las persona

 - Preparar y controlar los contratos de la dirección de zootecnia

 - Velar por la sanidad y el bienestar de los patos

 - Planificar obras en curso y previstas en su dependencia

 - Gestionar los stocks requeridos en la granja

- Ayudar al gerente general en el control de gastos de energía, operativos y administrativos
- Comprobar y controlar el mantenimiento de los diferentes equipamientos e infraestructuras de la granja
- Diagnosticar las necesidades de mantenimiento
- Dirigir la ejecución de obras de remodelación
- Planificar el mantenimiento de la planta
- Garantizar control de documentos administrativos en materia de seguridad
- Avalar la seguridad de bienes y personas
- Organizar el trabajo en función de actividades y prioridades
- Reseñar y llevar a cabo la planificación del trabajo
- Repartir las funciones según las prioridades establecidas
- Fiscalizar trabajos realizados y proveer tareas a empleados

- Difundir, acatar y hacer cumplir las disposiciones de junta directiva y del gerente general
 - Atender los problemas de tipo zootecnistas de la granja
 - Coordinar con entes públicos y privados lo pertinente a la dirección
 - Promover y realizar investigaciones técnicas, administrativas y financieras que con lleven a mejorar la calidad de la carne de pato y la productividad de la granja
- **Zootecnista**
 - ❖ Experiencia: 2 años en cargos similares
 - ❖ Título: Tercer nivel zootecnista
 - ❖ Descripción del puesto: Garantizar y organizar las actividades de la dirección de zootecnia e interconexión con la junta directiva, directores y todas las dependencias
 - ❖ Actividades propias al puesto:
 - Garantizar control de los contactos del director de zootecnia

- Preparar y redactar oficios técnicos y agenciar el conjunto de llamadas telefónicas
- Gestionar la agenda de reuniones, citas y viajes entre otros
- Coordinar las actividades entre la dirección, gerencia general, proveedores y exportadores
- Cuidar la sanidad y el bienestar de los patos
- Planificar obras en curso y previstas por el director
- Hacer seguimiento del stocks requerido en la granja
- Ayudar al director en el control de gastos de energía, operativos y administrativos
- Verificar mantenimiento equipamientos e infraestructuras de la granja programadas por la dirección
- Hacer seguimiento a la planificación del mantenimiento de la planta

- Garantizar control de documentos administrativos en materia de seguridad
 - Avalar la seguridad de la sanidad y bienestar animal
 - Difundir, acatar y hacer cumplir las disposiciones de junta directiva, gerencia general y dirección de zootecnia
 - Atender los problemas de tipo zootecnistas de la granja
 - Participar en investigaciones planteadas por la dirección de zootecnia, que con lleven a mejorar calidad de la carne de pato y productividad de la granja
- **Operarios**
 - ❖ Experiencia: 2 años en cargos similares
 - ❖ Título: Bachillerato técnico
 - ❖ Descripción del puesto: Realizar el proceso zootecnista, productivo y operativo de la granja de patos
 - ❖ Actividades propias al puesto:

- Ejecutar el control zootecnista de los patos
 - Realizar programas de sanidad y bienestar de los patos
 - Preparar y suministrar alimentación e hidratación de los patos
 - Mantener en perfecto estado de limpiezas áreas de la granja
 - Efectuar las tareas asignadas por la dirección
 - Avisar oportunamente al zootecnista los requerimientos para cumplir a cabalidad los trabajos
 - Informar rápidamente al zootecnista de cualquier anomalía y/o situación que conlleve a afectar la excelente calidad del producto, sanidad y bienestar de los patos
- **Obreros**
 - ❖ Experiencia: 1 año en manejo de aves de corral
 - ❖ Título: Básica Superior, equivalente a certificaciones de 8°, 9° o 10° grados de Educación General Básica - E.G.B.
 - ❖ Descripción del puesto: Efectuar trabajos directos con los patos y de limpieza de áreas zootecnistas, productivas y operativas de la granja

- ❖ Actividades propias al puesto:
 - Cuidar y manejar los patos
 - Limpiar de áreas de la granja
 - Alimentar e hidratar a los patos
 - Efectuar tareas asignadas por la dirección
 - Informar de cualquier anomalía y/o situación que conlleve a afectar la excelente calidad del producto, sanidad y bienestar de los patos

- **Director de exportación y ventas**

- ❖ Experiencia: 5 años en cargos similares
- ❖ Título: Tercer nivel comercio exterior
- ❖ Descripción del puesto: Garantiza la gestión de exportación y venta de la carne de pato; participar en las actividades de planificación, seguimiento comercial y desarrollo de nuevos mercados
- ❖ Actividades propias al puesto:

- Definir estrategia de marketing, estudios de mercado propio y empresa y de la competencia
- Gestionar la estrategia de exportación, ventas, planificación, tácticas y partidas presupuestarias
- Crear y mantener de la red de distribución
- Cumplir con los ingresos marcados como objetivo
- Gestionar actividades empresariales en el extranjero que involucren cifra de negocios, margen, rentabilidad, inversión y desarrollo
- Definir responsables de zona de exportación
- Organizar redes comerciales presentes en diferentes países
- Buscar nuevos contactos y seguir las relaciones con los ya comprometidos
- Participar en negociaciones de acuerdo con los importadores
- Elegir a los distribuidores locales
- Preparar y controlar los contratos de la dirección

- Preparar y redactar correspondencia en español, chino, francés e inglés
- Coordinar con entes públicos y privados lo pertinente a la dirección
- Promover y realizar investigaciones técnicas, administrativas y financieras que con lleven a mejorar las exportaciones y ventas
- Participar en ferias relacionadas con la exportación de carne de pato nacionales e internacionales, seminarios y eventos de distribuidores
- Realizar visitas de inspección

- **Vendedor**

- ❖ Experiencia: 1 año en cargos similares
- ❖ Título: Tecnólogo
- ❖ Descripción del puesto: Contribuir a elaborar la estrategia comercial y de exportación mediante una buena gestión de presupuestos y asegurando promoción de la imagen de la empresa, cumpliendo estándares y normas de exportación y gestionar activamente archivo de clientes

- ❖ Actividades propias al puesto:
 - Ayudar al director de exportación y ventas en la elaboración y realización del plan de acción comercial y de facturación
 - Aplicar la política empresarial de exportación y ventas
 - Promover nuevos contactos y continuar relaciones con los ya comprometidos
 - Negociar los contratos con los distribuidores bajo parámetros de la empresa
 - Vigilar e incrementar resultados mensuales por exportaciones y ventas
 - Coordinar citas con distribuidores actuales y nuevos
 - Participar en ferias relacionadas con la exportación de carne de pato nacionales e internacionales, seminarios y eventos de distribuidores
 - Realizar visitas de inspección
 - Mantener actualizado el archivo y la base de datos de contactos de importadores, distribuidores y clientes

- Garantizar el envío oportuno y puntal del boletín de noticias, tarjetas de buenos deseos e información entre otros

- **Director administrativo y financiero**

- ❖ Experiencia: 5 años en cargos similares
- ❖ Título: Tercer nivel ingeniería comercial y finanzas
- ❖ Descripción del puesto: Responder por el funcionamiento interno de la empresa, contratación de servicios profesionales y personal en general, también se encarga de cuidar los recursos financieros de la institución y de inversiones en mercado de capitales, adquisición de inmuebles, terrenos u otros bienes; participar en las actividades de planificación, seguimiento y desarrollo administrativo financiero
- ❖ Actividades propias al puesto:
 - Diseñar, establecer, desarrollar, vigilar y controlar estrategias administrativas financieras
 - Gestionar estrategia de mantenimiento y mejora de la calidad de procedimientos y protocolos administrativos financieros
 - Realizar y mantener negociaciones financieras con proveedores y entidades financiera

- Optimizar recursos administrativos, económicos y financieros para alcanzar los objetivos
- Analizar, seleccionar, definir, direccionar y responder por las inversiones empresariales
- Dirigir y ejecutar decisiones administrativas financieras, que aseguren el mejor rendimiento de los recursos
- Determinar y optimizar las políticas de estrategia y operación del régimen administrativo financiero
- Analizar resultados operacionales y de gestión empresarial
- Generar indicadores que evalúen el desarrollo de la empresa
- Coordinar y elaborar los estados contables y financieros
- Motivar al personal, promoviendo su identificación con la empresa
- Elaborar estudios e informes de viabilidad de proyectos e inversiones y reorientaciones de estratégicas administrativas financiera
- Diseño y supervisión de políticas fiscal

- Coordinación de los servicios generales
 - Garantizar control de documentos administrativos en materia de seguridad
 - Difundir, acatar y hacer cumplir las disposiciones de junta directiva y del gerente general
 - Coordinar con entes públicos y privados lo pertinente a la dirección
 - Apoyar con gerencia general y directores
 - Realizar visitas de inspección
 - Promover y realizar investigaciones técnicas, administrativas y financieras que con lleven a mejorar la empresa
- **Contador**
 - ❖ Experiencia: 5 años en cargos similares
 - ❖ Título: Tercer nivel contador público
 - ❖ Descripción del puesto: Responder por el régimen contablemente, aspectos fiscales y de financiamientos sanos empresariales; llevar

excelente control, analizar información contable generada en otras dependencia, verificar su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos

❖ Actividades propias al puesto:

- Diseñar, establecer, desarrollar, vigilar y controlar estrategias contables
- Gestionar estrategia de mantenimiento y mejora de la calidad de procedimientos y protocolos contables
- Recibir, clasificar y enumerar documentos
- Archivar la información financiera institucional
- Examinar y analizar información de documentos asignados
- Codificar cuentas con base a información y lineamientos establecidos
- Preparar informes, estados financieros y balances de pérdidas y ganancias
- Contabiliza nóminas de pagos del personal

- Revisar y generar cheques, órdenes de compra y solicitudes de pago entre otros
- Preparar y elaborar escritos, proyecciones, cuadros y análisis contables
- Desarrollar e implementar los sistemas contables necesarios
- Elaborar, analizar, corregir comprobantes de movimientos y registros contables
- Elaborar los asientos contables, con base en el manual de procedimientos
- Verificar con el programa de contabilidad, la fidelidad de registros contables diarios
- Confrontar y verificar códigos de cuentas
- Emitir cheques de pagos a proveedores y servicios entre otros
- Llevar el control de cuentas por pagar y bancario de ingresos que entran por caja
- Realizar transferencias bancarias

- Elaborar órdenes de pago para la reposición de caja chica
 - Manejar la información sistematizada
 - Elaborar informes periódicos de actividades y solicitados
 - Garantizar control de documentos contables en materia de seguridad
 - Promover y realizar investigaciones técnicas contables que conlleven a mejorar la empresa
- **Asistente**
 - ❖ Experiencia: 2 años en cargos similares
 - ❖ Título: Bachillerato técnico
 - ❖ Descripción del puesto: Garantizar y organizar la secretaría de la dirección administrativa financiera e interconexión con la junta directiva, directores y todas las dependencias
 - ❖ Actividades propias al puesto:
 - Garantizar el control de los contactos del director

- Avalar la difusión de determinados documentos
 - Preparar y redactar la correspondencia interna en español, chino, francés e inglés
 - Agenciar el conjunto de llamadas telefónicas
 - Gestionar la agenda de reuniones, citas y eventos entre otros
 - Garantizar interconexión entre gerencia general, direcciones, proveedores e importadores entre otros
- **Conserjes**
 - ❖ Experiencia: 2 año en puestos similares
 - ❖ Título: Básica Superior, equivalente a certificaciones de 8°, 9° o 10° grados de Educación General Básica - E.G.B.
 - ❖ Descripción del puesto: Efectuar trabajos de vigilancia y control de las instalaciones de la empresa incluso por cámaras, ingreso y salida de personas, velando porque no se perturbe orden empresarial, ni la tranquilidad y seguridad de empleados
 - ❖ Actividades propias al puesto:

- Abrir y cerrar puntualmente los accesos
- Realizar y reportar vehículos que ingresen
- Recepción y entrega rápida de documentos y correspondencia
- Efectuar tareas asignadas por la dirección
- Informar de cualquier anomalía y/o situación que conlleve a afectar seguridad y tranquilidad empresarial
- Reemplazar equipamiento que no requiera reparación técnica calificada, de focos y fluorescentes
- Encender, apagar y mantener servicios empresariales de agua caliente y calefacción, ascensores, montacargas y motores
- Engrasar y hacer el mantenimiento de puertas automáticas de acceso vehicular
- Cuidar cuartos de servicios básicos, de motores y entradas de energía eléctrica, de conducción general de agua, bajantes y sumideros receptores de aguas fluviales
- Recoger recipientes de desechos sólidos de la vía públicas

- Poner en conocimiento de la empresa anomalías o averías de funcionamiento y bajo su responsabilidad la suspensión del servicio en caso de peligro de ser utilizado
-
- **Director de producción**
 - ❖ Experiencia: 5 años en cargos similares
 - ❖ Título: Tercer nivel ingeniero industrial y producción
 - ❖ Descripción del puesto: Participar en la planificación y garantiza la producción y mantenimiento de instalaciones de la granja de patos
 - ❖ Actividades propias al puesto:
 - Organizar y hacer crecer continuamente el nivel productivo
 - Implementar un excelente funcionamiento productivo
 - Programar, coordinar, dirigir y controlar de forma efectiva las actividades operativas de la granja
 - Controlar diariamente producción, mortalidad, consumo de alimentación, concentrado, medicamento, agua, temperatura y lo pertinente a sanidad y bienestar de los patos

- Velar por el funcionamiento óptimo de herramientas, equipos y maquinarias del área de producción como de clasificación
- Normalizar, coordinar, supervisar e realizar mantenimientos preventivo y correctivo de maquinaria y equipos de granja
- Supervisar que las actividades establecidas por áreas se hagan de manera eficiente y eficaz
- Administrar garantizando optimización de recursos
- Implementar y manejar permanentemente el bienestar de los patos, las mejores condiciones sanitarias y ambientales
- Cumplir disposiciones de funcionamiento de granjas avícolas, parámetros productivos, normas y procedimiento legales
- Cumplir y evaluar el programa de control de plagas
- Analizar necesidades de personal fijo y temporal de acuerdo a producción, vacaciones, temporadas y necesidades propias
- Evaluar el desempeño de todo el personal a cargo
- Preparar y controlar los contratos de la dirección

- Dirigir y dinamizar el personal técnico con relación a gestión económica, administrativa, alimentación, nutrición, fisiología de la producción, reproducción, genética y mejoramiento
 - Planificar obras en curso y previstas en su dependencia
 - Gestionar los stocks requeridos en la dirección
 - Dirigir la ejecución de obras de remodelación
 - Planificar el mantenimiento productivo
 - Garantizar control de documentos en materia de seguridad
 - Avalar la seguridad de bienes y personas
 - Coordinar con entes públicos y privados lo pertinente a la dirección
 - Promover y realizar investigaciones técnicas, administrativas y financieras que con lleven a mejorar la calidad de la carne de pato y la productividad de la granja
- **Operarios**
 - ❖ Experiencia: 2 años en cargos similares

- ❖ Título: Bachillerato técnico

- ❖ Descripción del puesto: Realizar proceso de producción y operativo de la granja de patos

- ❖ Actividades propias al puesto:
 - Ejecutar el control de producción

 - Realizar programas de producción, sanidad y bienestar de los patos

 - Verificar alimentación e hidratación de los patos

 - Mantener en perfecto estado de limpieza todas las superficies de producción

 - Avisar oportunamente a la dirección los requerimientos para cumplir a cabalidad los trabajos

 - Informar rápidamente al director cualquier anomalía y/o situación que conlleve a afectar la producción

- **Obreros**

- ❖ Experiencia: 1 año en manejo de aves de corral

- ❖ Título: Básica Superior, equivalente a certificaciones de 8º, 9º o 10º grados de Educación General Básica - E.G.B.

- ❖ Descripción del puesto: Efectuar trabajos directos con los patos y de limpieza de áreas de la planta, productivas y operativas de la granja

- ❖ Actividades propias al puesto:
 - Manjar y cuidar a los patos

 - Limpiar áreas productivas de la planta y granja

 - Cuidar infraestructuras de sanidad y bienestar patos

 - Efectuar tareas asignadas por la dirección

 - Informar de cualquier anomalía y/o situación que conlleve a afectar la producción

7.5 Manual de funciones

El manual de funciones, incluye específicamente trabajos, responsabilidades, obligaciones y atribuciones de los empleados de la empresa Pato Xport.

La junta directiva, aprobará el manual de funciones que elabore la gerencia general, el asesor jurídico y los directores; este incluye perfiles de empleados, especificación de funciones y competencias de cada uno de los cargos.

Cada uno de los empleados de la empresa Pato Xport, tiene funciones específicas que desempeñar y será capacitado para que preste servicios de alta calidad y de lo mejor de si dentro de la estructura organizacional institucional.

7.6 Sueldos y salarios

El proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, necesita personal capacitado en el manejo de aves de corral, trabajando tiempo completo.

Los sueldos y salarios de la empresa Pato Xport, se fijaron teniendo en cuenta los existentes actualmente en el mercado laboral, en el medio y respetando todos los beneficios de Ley establecidos en Ecuador, para trabajadores y empleados, tales como: aporte al Instituto Ecuatoriano del Seguro Social – IESS, vacaciones, fondos de reserva, decimo tercero y decimo cuarto.

En el Cuadro N° 43, se recopilan sueldos y salarios de empleados que trabajan en la empresa Pato Xport.

CUADRO N° 43. SUELDOS Y SALARIOS

Trabajador	Cantidad (Número)	Sueldo (Dólares)	Aporte (Dólares)		Vacaciones (Dólares)	Fondo de reservas (Dólares)	Decimos (Dólares)		Sueldo anual (Dólares)
			IESS	SECAP			Tercer	Cuarto	
Gerente general	1	2.500,00	283,75	12,50	1.250,00	2.499,00	2.500,00	340,00	36.885,25
Asistentes	2	1.000,00	113,50	5,00	500,00	999,60	1.000,00	340,00	29.916,20
Asesor legal	1	2.000,00	227,00	10,00	1.000,00	1.999,20	2.000,00	340,00	29.576,20
Directores	4	2.000,00	227,00	10,00	1.000,00	1.999,20	2.000,00	340,00	118.304,80
Zoetecnista	1	1.800,00	204,30	9,00	900,00	1.799,28	1.800,00	340,00	26.652,58
Contador	1	1.800,00	204,30	9,00	900,00	1.799,28	1.800,00	340,00	26.652,58
Vendedor	1	800,00	90,80	4,00	400,00	799,68	800,00	340,00	12.034,48
Operarios	6	600,00	68,10	3,00	300,00	599,76	600,00	340,00	54.665,16
Obreros	6	400,00	45,40	2,00	200,00	399,84	400,00	340,00	37.123,44
Conserjes	2	500,00	56,75	2,50	250,00	499,80	500,00	340,00	15.298,10
Total	Anual								387.108,79
	Mensual								32.259,07

FUENTE: IESS - SECAP - SONDEO DEL MERCADO - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT IERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

7.7 Estándares de calidad y Normas ISO

Aunque ningún estándar puede erradicar todas las dificultades y problemas las normas de calidad constituidas a nivel nacional e internacional son el camino idóneo para generar confianza a los consumidores finales a lo largo de la cadena de suministro de alimentos.

El manejo empresarial de Pato Xport, está direccionado a hacia la gestión de calidad. En cada proceso se hace un control de producción para garantizar que el producto cárnico comercializado cumpla con los requerimientos técnicos de salubridad, inocuidad, seguridad alimentaria y expectativas del cliente.

Para el control de calidad se hace monitoreo en diferentes etapas del proceso y se cuenta con la siguiente información:

- Documentación de procesos
- Estandarización y generación de indicadores
- Registro:
 - ❖ Histórico de errores, fallas y defectos en producción
 - ❖ Inconformidades del cliente

Los controles de calidad se efectúan en los siguientes procesos:

- Compras materias primas e insumo
- Crianza del pato
- Enfermedades y mortalidad
- Producción
- Selección para sacrificio

- Sacrificio y empaque

La implementación y seguimiento de las normas de calidad establecidas a nivel nacional e internacional, permiten alcanzar un producto de excelente calidad y de altísima aceptación en el mercado.

Las normas de calidad están orientadas a la gestión de inocuidad de alimentos, a la seguridad alimentaria, definen y especifican requerimientos para desarrollar e implementar el sistema; con el fin de lograr:

- Peculiaridades nacionales e internacionales que admitan el mejoramiento de la seguridad alimentaria durante el transcurso de toda la cadena de suministro
- Especificaciones técnicas que definen competencias del auditor y duración de la auditoría que los organismos de certificación tienen que poner en práctica
- Información necesaria y dar confianza a los clientes

8 INGENIERÍA DEL PROYECTO

8.1 Empresa

8.1.1 Tipo

La empresa Pato Xport se constituirá en la República del Ecuador como una compañía limitada.

8.1.2 Nombre

La empresa que maneja el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato se llama Pato Xport Cía. Ltda.

8.1.3 Conformación jurídica

La empresa Pato Xport Cía. Ltda se constituirá legalmente en el territorio ecuatoriano, específicamente en la ciudad de Quito y cumplirá todos los requisitos reglamentarios legales requeridos para conformar una compañía limitada; cuyo objeto social es exportar carne de pato.

Oficinas, instalaciones e infraestructura están ubicadas en la parroquia rural de Puenbo del Distrito Metropolitano de Quito, en la provincia de Pichincha.

8.2 Inversión

Con base en los objetivos para desarrollar, ejecutar e implementar el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, la empresa Pato Xport Cía. Ltda.,

requiere de infraestructura, equipos y materia prima entre otros, para iniciar el negocio y concluir la primera venta del cárnico.

8.2.1 Infraestructura física

En el Cuadro N° 44 se recopila la infraestructura física y costo de las obras civiles de la construcción de instalaciones de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

**CUADRO N° 44. INFRAESTRUCTURA FÍSICA
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

Descripción	Costos (Dólares)
Oficinas	157.000,00
Galpones para bodegas, equipos y mantenimiento	45.360,00
Áreas de cuartos fríos, servicios y otros	40.000,00
Comederos, bebederos, criadoras y termómetro	293.440,00
Planta	172.920,00
Centro de monitoreo y control	167.500,00
Casetas de guardianía	4.480,00
Parqueaderos	50.400,00
Área de recreación	21.980,00
Lago	195.000,00
Vías internas de acceso	113.280,00
Subtotal obras civiles	1.261.360,00

FUENTE: CÁMARA DE LA CONSTRUCCIÓN - TRABAJO DE CAMPO - SONDEO DEL MERCADO - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

8.2.2 Materia prima, materiales e insumos

La materia prima en cantidades requeridas que utiliza la empresa Pato Xport Cía. Ltda., se encuentra en el mercado fácilmente y todos los insumos que utiliza son de naturaleza biológica y de venta es libre.

En el Cuadro N° 45 se indica materia prima, materiales e insumos y costo requeridos por la empresa Pato Xport Cía. Ltda., para implementar el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato.

**CUADRO N° 45. MATERIA PRIMA, MATERIALES E INSUMOS
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

Descripción		Costo (Dólares)	
		Unitario	Total
Materia prima	Patos y patas reproductores	1,448	8.688,00
Materiales	Viruta	0,096	576,00
	Desinfectantes	0,024	144,00
	Gas	0,080	480,00
	Otros	0,056	336,00
Insumos	Antibióticos	0,656	11.808,00
	Vitaminas	0,320	5.760,00
	Vacunas	0,040	720,00
	Alimentación	12,000	216.000,00
	Nutrientes	7,584	136.512,00
	Otros	4,040	72.720,00
Subtotal materia prima, materiales e insumos (Dólares)			381.024,00

FUENTE: CÁMARA DE LA CONSTRUCCIÓN - TRABAJO DE CAMPO - SONDEO DEL MERCADO - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014
NOTA: COSTOS SE CALCULARON CON BASE EN EL TOTAL DE PATOS **6.000**

8.2.3 Equipamiento

En el Cuadro N° 46 se indica equipamiento y costo requeridos por la empresa Pato Xport Cía. Ltda., para desplegar e implementar el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato.

**CUADRO N° 46. EQUIPAMIENTO
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

Descripción	Cantidad	Costo (Dólares)	
		Unitario	Total
Balanzas	24	63,00	1.512,00
Balanzas	24	52,70	1.264,80
Bascula	12	65,42	785,04
Bebederos	216	11,50	2.484,00
Bomba para agua	12	290,39	3.484,68
Botiquín veterinario	12	168,01	2.016,12
Calentador	24	215,00	5.160,00
Canastas	30	15,95	478,50
Comederos	480	6,96	3.340,80
Cono de desgolle	126	16,74	2.109,24
Cortadora	12	436,01	5.232,12
Costuradora	12	381,02	4.572,24
Criadoras de pato	24	871,01	20.904,24
Cuarto frío	12	5.000,26	60.003,12
Desplumadora	12	2.150,01	25.800,12
Escaldador	12	887,36	10.648,32
Fumigadora manual de palanca	6	32,31	193,86
Incubadora	12	6.900,02	82.800,24
Nacedora	12	6.900,02	82.800,24
Termómetros	12	14,40	172,80
Mesa principal inoxidable	12	670,01	8.040,12
Mesas de acero inoxidable	24	570,01	13.680,24
Tanque de gas de presión	12	86,22	1.034,64
Vehículos	2	12.500,00	25.000,00
Oficinas	25	580,00	14.500,00
Planta	1	345.890,00	345.890,00
Centro de monitoreo y control	1	25.800,00	25.800,00
Subtotal equipamiento (Dólares)		749.707	

FUENTE: CÁMARA DE LA CONSTRUCCIÓN - TRABAJO DE CAMPO - SONDEO DEL MERCADO - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

8.2.4 Recursos tecnológicos

En el Cuadro N° 47 se indican los requerimientos de la empresa Pato Xport Cía. Ltda., con sus costos, en lo pertinente a recursos tecnológicos y adquisiciones.

**CUADRO N° 47. RECURSOS TECNOLÓGICOS Y ADQUISICIONES
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

Descripción	Cantidad	Costos (Dólares)	
		Unitario	Total
Terreno (Ha)	1	485.800,00	485.800,00
Equipos	1	550.000,00	550.000,00
Estudios y otros	1	160.000,00	160.000,00
Subtotal recursos tecnológicos y adquisiciones (Dólares)			1.195.800,00

FUENTE: TRABAJO DE CAMPO Y SONDEO DEL MERCADO - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

En el Cuadro N° 47 lo pertinente a equipos se refiere a la planta de sacrificio y empaque; mientras que estudios involucran computadoras, impresoras, métodos informáticos y sistemas de alarmas.

En el Anexo N° 2 se encuentra la guía para comparadores de pato, suministrada por cortesía de USA Poultry and Egg Export Council - Consejo de exportadores de carne de ave y huevos de los Estados Unidos; esta incluye clasificación y procesamiento, descripción del producto, conservar y servir el pato, métodos de conservación y congelamiento rápido entre otros.

8.2.5 Flujo operativo proyectado

En el Anexo N° 3 se encuentra el cálculo de la depreciación de los bienes de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

Para facilitar y realizar un óptimo análisis, se discriminaron los diferentes tipos de gastos administrativos y de ventas; los ingresos en cambio están totalizados porque provienen de la venta del producto cárnico que es la única entrada económica de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

En el Cuadro N° 48 se aprecia evolución de egresos e ingresos y Flujo operativo proyectado para los primeros 5 años de funcionamiento.

**CUADRO N° 48. FLUJO OPERATIVO PROYECTADO
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

Descripción	Flujo operativo proyectado (años)					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		3.440.249,02	3.685.194,75	3.947.580,62	4.228.648,36	4.529.728,12
Ventas		3.440.249,02	3.685.194,75	3.947.580,62	4.228.648,36	4.529.728,12
Gastos administrativos		-1.865.302,40	-1.279.172,43	-1.314.523,05	-1.351.308,15	-1.389.586,59
Sueldos (*1)		- 428.719,47	- 447.599,25	- 449.399,50	- 451.271,75	- 453.218,90
Guardiana y seguridad		- 2.549,68	- 2.651,67	- 2.757,74	- 2.868,05	- 2.982,77
Mantenimiento instalaciones	0,005	- 6.306,80	- 6.559,07	- 6.821,43	- 7.094,29	- 7.378,06
Mantenimiento muebles y equipo	0,005	- 5.979,00	- 6.218,16	- 6.466,89	- 6.725,56	- 6.994,58
Inscripciones y gastos legales		- 1.840,00	- 1.913,60	- 1.990,14	- 2.069,75	- 2.152,54
Útiles de oficina		- 5.419,52	- 5.636,30	- 5.861,76	- 6.096,23	- 6.340,08
Impuestos fiscales y municipales		- 8.600,62	- 9.212,99	- 9.868,95	- 10.571,62	- 11.324,32
Suministros limpieza y cafetería		- 7.315,89	- 7.608,52	- 7.912,86	- 8.229,38	- 8.558,55
Implementos de oficina		- 2.400,00	- 2.496,00	- 2.595,84	- 2.699,67	- 2.807,66
Materia prima, materiales e insumos		- 381.024,00	- 396.264,96	- 412.115,56	- 428.600,18	- 445.744,19
Equipamiento		- 749.707,48	- 116.954,37	- 121.632,54	- 126.497,84	- 131.557,76
Atenciones a empleados		- 33,12	- 34,44	- 35,82	- 37,26	- 38,75
Misceláneos		- 736,00	- 765,44	- 796,06	- 827,90	- 861,02
Servicio de internet		- 680,00	- 707,20	- 735,49	- 764,91	- 795,50
Gastos bancarios		- 4.128,30	- 4.293,43	- 4.465,17	- 4.643,77	- 4.829,53
Libros, periódicos y revistas		- 1.083,90	- 1.127,26	- 1.172,35	- 1.219,25	- 1.268,02
Trabajos de imprenta		- 6.192,45	- 6.440,15	- 6.697,75	- 6.965,66	- 7.244,29
Catálogos		- 6.192,45	- 6.440,15	- 6.697,75	- 6.965,66	- 7.244,29

Auditoría	-	34.402,49	-	35.778,59	-	37.209,73	-	38.698,12	-	40.246,05
Mantenimiento vehículos	-	46.000,00	-	47.840,00	-	49.753,60	-	51.743,74	-	53.813,49
Combustible vehículos	-	135.240,00	-	140.649,60	-	146.275,58	-	152.126,61	-	158.211,67
Servicios básicos	-	22.491,22	-	23.390,87	-	24.326,51	-	25.299,57	-	26.311,55
Capacitación al personal	-	7.080,00	-	7.363,20	-	7.657,73	-	7.964,04	-	8.282,60
Uniformes	-	1.180,00	-	1.227,20	-	1.276,29	-	1.327,34	-	1.380,43
Gastos de venta	-	406.441,34	-	422.698,99	-	439.606,95	-	457.191,23	-	475.478,88
Sueldos (*2)	-	41.610,68	-	43.275,11	-	45.006,11	-	46.806,36	-	48.678,61
Comunicación, publicidad y propaganda (*3)	-	308.001,14	-	320.321,19	-	333.134,04	-	346.459,40	-	360.317,77
Publicaciones (*4)	-	22.427,02	-	23.324,10	-	24.257,07	-	25.227,35	-	26.236,44
Movilización y viajes (*5)	-	34.402,49	-	35.778,59	-	37.209,73	-	38.698,12	-	40.246,05
Gastos fijos	-	277.866,35	-	277.866,35	-	277.866,35	-	277.866,35	-	277.866,35
Depreciaciones	-	268.136,00	-	268.136,00	-	268.136,00	-	268.136,00	-	268.136,00
Seguros	-	9.730,35	-	9.730,35	-	9.730,35	-	9.730,35	-	9.730,35
Flujo operativo		890.638,93		1.705.456,98		1.915.584,27		2.142.282,63		2.386.796,31

FUENTE: CUADRO 48 - 45 - 46 Y ANEXO 2 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

NOTAS:

(*1) EL VALOR DE SUELDOS DEL PROYECTO SE INCREMENTA EN APROXIMADAMENTE EL 10,75% PARA PAGO DE HORAS EXTRAS Y PERSONAL EVENTUAL REQUERIDO

(*2) SUELDOS ESTE ÍTEM ES PARA PAGO DE COMISIONES E INCENTIVOS DE VENTAS

CORRESPONDE APROXIMADAMENTE AL:

(*3) 8,95% DE LAS VENTAS

(*4) 7% DEL RUELO DE TRABAJOS DE IMPRENTA, CATALOGOS, COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

(*5) 1% DE LAS VENTAS

8.2.6 Costos de operación

El capital de trabajo que requiriere la empresa Pato Xport Cía. Ltda., se fijo bajo la premisa de que son necesarios mínimo 3 meses para hacer la primera venta.

En el Cuadro N° 49 se indica el capital de trabajo requerido para implementar el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato.

CUADRO N° 49. CAPITAL DE TRABAJO EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.

Gastos	Costos (Dólares)
Administrativos	- 1.865.302,40
De ventas	- 406.441,34
Fijos	- 277.866,35
Total	- 2.549.610,09
Capital de Trabajo	- 637.402,52

FUENTE: CUADRO N° 48 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE
JARAMILLO ARELLANO - 2014

8.2.7 Inversión total

La inversión total y el financiamiento requerido para ejecutar, desarrollar e implementar el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato que maneja la empresa Pato Xport Cía. Ltda, es de \$ 3.094.562,52 dólares.

En el Cuadro N° 50 se indica y discrimina la inversión total requerida por la el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato.

**CUADRO N° 50. INVERSIÓN TOTAL
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

Descripción		Costos (Dólares)
Obras civiles	Oficinas	157.000,00
	Galpones para bodegas, equipos y mantenimiento	45.360,00
	Áreas de cuartos fríos, servicios y otros	40.000,00
	Comederos, bebederos, criadoras y termómetro	293.440,00
	Planta	172.920,00
	Centro de monitoreo y control	167.500,00
	Casetas de guardianía	4.480,00
	Parqueaderos	50.400,00
	Área de recreación	21.980,00
	Lago	195.000,00
	Vías internas de acceso	113.280,00
	Subtotal obras civiles (Dólares)	1.261.360,00
Recursos tecnológicos y adquisiciones	Terreno (Ha)	485.800,00
	Equipos	550.000,00
	Estudios y otros	160.000,00
	Subtotal recursos tecnológicos y adquisiciones (Dólares)	1.195.800,00
Totales	Obras civiles, recursos tecnológicos y adquisiciones	2.457.160,00
	Capital de trabajo	637.402,52
	Inversión total (Dólares)	3.094.562,52

FUENTE: CUADROS N° 44, 47 Y 49 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

9 ANÁLISIS ECONÓMICO - FINANCIERO

9.1 Beneficios del proyecto

Los beneficios directos del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato son:

- Consumidores finales del producto cárnico; porque este alimento les genera salud y por ende bienestar

- La población en general del entorno a la empresa por:
 - ❖ Reactivación económica
 - ❖ Generación de empleo
 - ❖ Incremento de actividades comerciales
 - ❖ Aumento de ingresos familiares
 - ❖ Respeto a la biosfera
 - ❖ Uso de terrenos desocupados

Para el cálculo de los beneficios económicos se tuvo en cuenta:

- El 0,4% del total de las importaciones de carne de pato de Hong Kong
- Costo por kilo del cárnico

En el Cuadro N° 51 se indican los beneficios económicos de la empresa Pato Xport Cía. Ltda., que corresponden a venta del producto y valor de desecho.

**CUADRO N° 51. BENEFICIOS ECONÓMICOS
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

Descripción	Año/Ingresos (Dólares)					
	0	1	2	3	4	5
Ventas		3.440.249,02	3.685.194,75	3.947.580,62	4.228.648,36	4.529.728,12
Valor de desecho						1.077.208,00
Total beneficios						20.908.608,88

FUENTE: CUADROS N° 48 Y ANEXO 2 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

9.2 Proyección financiera

En el Cuadro N° 52 se recopilan porcentajes de los elementos asumidos en la proyección financiera del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato.

**CUADRO N° 52. ELEMENTOS DE PROYECCIÓN FINANCIERA
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

Descripción	Elementos de proyección (%)
Cubrir importación del cárnico de Hong Hong	0,30
Tasa de descuento	16,24
Inflación	3,20
Impuestos	25,00

FUENTE: CUADROS N° 12 - ANEXO N° 2 - INEC Y SRI - 2013

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN -DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

9.3 Definición de la tasa de descuento

En el Cuadro N° 53 se indica la determinación de la tasa de descuento que se aplica al proyecto; se observa que en el resultado es del 16,24% por la fuerte incidencia de las variables más críticas riesgo país con el 6,14% y Libor con el 5,36%.

**CUADRO N° 53. DETERMINACIÓN TASA DE DESCUENTO
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

Descripción	Porcentaje (%)
Tasa libor 360	5,36
Riesgo país	6,14
Riesgo político	1,01
Riesgo del proyecto	0,53
Inflación	3,20
Tasa de descuento (%)	16,24

FUENTE: MÉTODO EMBI

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT IERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

9.4 Flujo proyectado a 5 años

El flujo proyectado de la empresa Pato Xport Cía. Ltda., se calculado teniendo en cuenta:

- Tasa de descuento del 16,24% establecida en el Cuadro N° 53
- Depreciación de los bienes determinada en el Anexo N° 2

En el Cuadro N° 54 se encuentra el flujo proyectado para los 5 primeros años de funcionamiento de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

**CUADRO N° 54. FLUJO PROYECTADO A 5 AÑOS
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

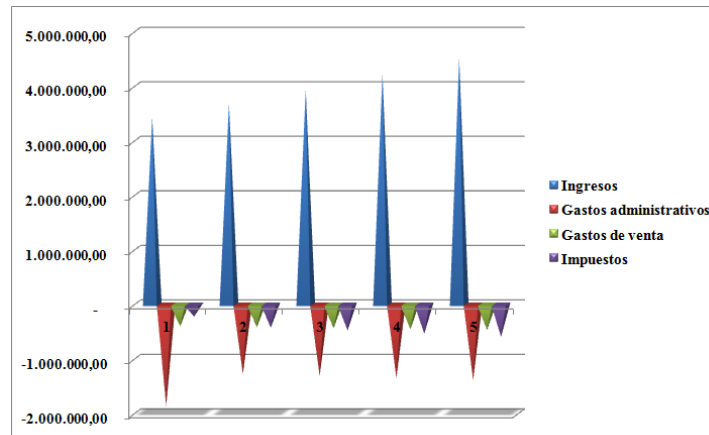
Descripción	Flujo proyectado (años)					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		3.440.249,02	3.685.194,75	3.947.580,62	4.228.648,36	4.529.728,12
Ventas		3.440.249,02	3.685.194,75	3.947.580,62	4.228.648,36	4.529.728,12
Gastos administrativos		-1.865.302,40	-1.279.172,43	-1.314.523,05	-1.351.308,15	-1.389.586,59
Sueldos		- 428.719,47	- 447.599,25	- 449.399,50	- 451.271,75	- 453.218,90
Guardianía y seguridad		- 2.549,68	- 2.651,67	- 2.757,74	- 2.868,05	- 2.982,77
Mantenimiento instalaciones	0,005	- 6.306,80	- 6.559,07	- 6.821,43	- 7.094,29	- 7.378,06
Mantenimiento muebles y equipo	0,005	- 5.979,00	- 6.218,16	- 6.466,89	- 6.725,56	- 6.994,58
Inscripciones y gastos legales		- 1.840,00	- 1.913,60	- 1.990,14	- 2.069,75	- 2.152,54
Útiles de oficina		- 5.419,52	- 5.636,30	- 5.861,76	- 6.096,23	- 6.340,08
Impuestos fiscales y municipales		- 8.600,62	- 9.212,99	- 9.868,95	- 10.571,62	- 11.324,32
Suministros limpieza y cafetería		- 7.315,89	- 7.608,52	- 7.912,86	- 8.229,38	- 8.558,55
Implementos de oficina		- 2.400,00	- 2.496,00	- 2.595,84	- 2.699,67	- 2.807,66
Materia prima, materiales e insumos		- 381.024,00	- 396.264,96	- 412.115,56	- 428.600,18	- 445.744,19
Equipamiento		- 749.707,48	- 116.954,37	- 121.632,54	- 126.497,84	- 131.557,76
Atenciones a empleados		- 33,12	- 34,44	- 35,82	- 37,26	- 38,75
Misceláneos		- 736,00	- 765,44	- 796,06	- 827,90	- 861,02
Servicio de internet		- 680,00	- 707,20	- 735,49	- 764,91	- 795,50
Gastos bancarios		- 4.128,30	- 4.293,43	- 4.465,17	- 4.643,77	- 4.829,53
Libros, periódicos y revistas		- 1.083,90	- 1.127,26	- 1.172,35	- 1.219,25	- 1.268,02
Trabajos de imprenta		- 6.192,45	- 6.440,15	- 6.697,75	- 6.965,66	- 7.244,29
Catálogos		- 6.192,45	- 6.440,15	- 6.697,75	- 6.965,66	- 7.244,29
Auditoría		- 34.402,49	- 35.778,59	- 37.209,73	- 38.698,12	- 40.246,05
Mantenimiento vehículos		- 46.000,00	- 47.840,00	- 49.753,60	- 51.743,74	- 53.813,49
Combustible vehículos		- 135.240,00	- 140.649,60	- 146.275,58	- 152.126,61	- 158.211,67
Servicios básicos		- 22.491,22	- 23.390,87	- 24.326,51	- 25.299,57	- 26.311,55
Capacitación al personal		- 7.080,00	- 7.363,20	- 7.657,73	- 7.964,04	- 8.282,60
Uniformes		- 1.180,00	- 1.227,20	- 1.276,29	- 1.327,34	- 1.380,43
Gastos de venta		- 406.441,34	- 422.698,99	- 439.606,95	- 457.191,23	- 475.478,88
Sueldos		- 41.610,68	- 43.275,11	- 45.006,11	- 46.806,36	- 48.678,61
Comunicación, publicidad y propaganda		- 308.001,14	- 320.321,19	- 333.134,04	- 346.459,40	- 360.317,77
Publicaciones		- 22.427,02	- 23.324,10	- 24.257,07	- 25.227,35	- 26.236,44
Movilización y viajes		- 34.402,49	- 35.778,59	- 37.209,73	- 38.698,12	- 40.246,05
Gastos fijos		- 277.866,35	- 277.866,35	- 277.866,35	- 277.866,35	- 277.866,35
Depreciaciones		- 268.136,00	- 268.136,00	- 268.136,00	- 268.136,00	- 268.136,00
Seguros		- 9.730,35	- 9.730,35	- 9.730,35	- 9.730,35	- 9.730,35
Flujo operativo		890.638,93	1.705.456,98	1.915.584,27	2.142.282,63	2.386.796,31
Impuestos		- 222.659,73	- 426.364,25	- 478.896,07	- 535.570,66	- 596.699,08
Flujo después de impuestos		667.979,20	1.279.092,74	1.436.688,20	1.606.711,97	1.790.097,23
Valor de desecho						1.077.208,00
Inversión Activos	-2.457.160,00					
Capital de Trabajo	- 637.402,52					637.402,52
Flujo neto	-3.094.562,52	936.115,20	1.547.228,74	1.704.824,20	1.874.847,97	3.772.843,75

FUENTE: CUADRO 48, 50 Y 53 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

En el Cuadro N° 55 se indican ingresos y egresos discriminados de la empresa Pato Xport Cía. Ltda., donde se diferencian los gastos para facilitar el análisis y la visualización de resultados.

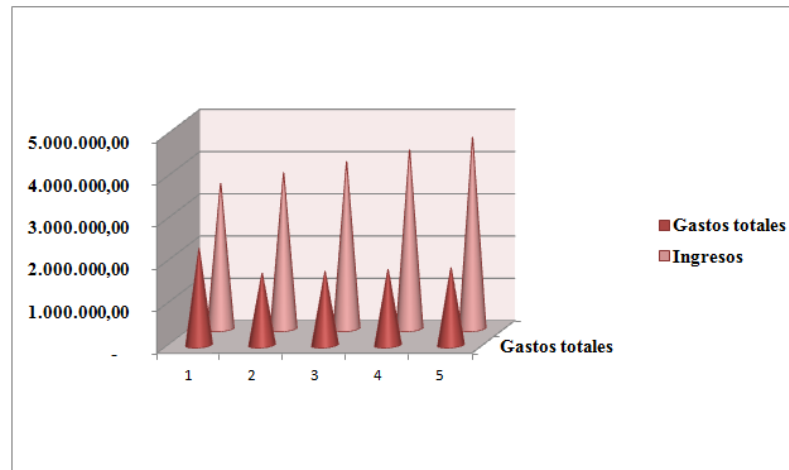
**CUADRO N° 55. INGRESOS Y EGRESOS DISCRIMINADOS
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**



FUENTE: CUADRO N° 54 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

En el Cuadro N° 56 se indican en forma global ingresos y egresos totales de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

**CUADRO N° 56. INGRESOS Y EGRESOS TOTALES
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**



FUENTE: CUADRO N° 54 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

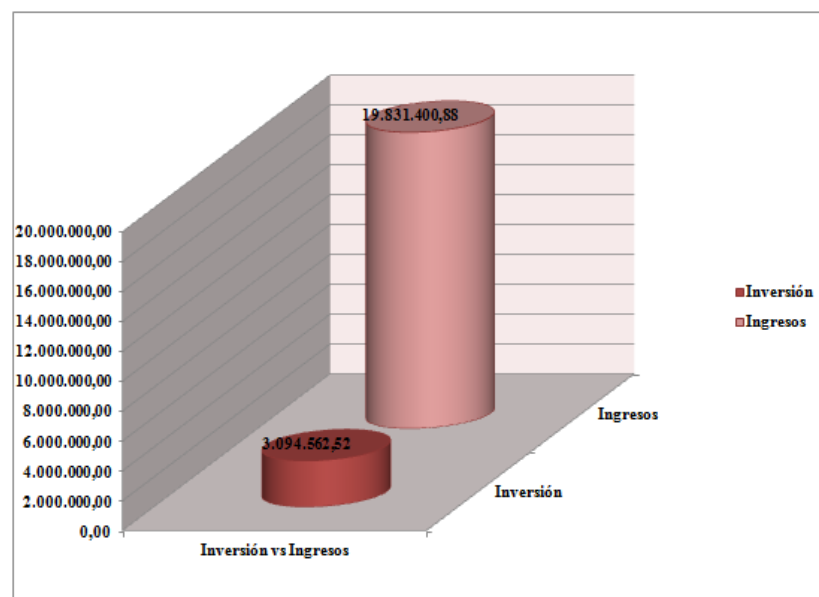
9.5 Financiamiento del proyecto

El financiamiento requerido para el proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato es de \$ 3.094.562,52 dólares, como se indica en el Cuadro N° 50.

Las acciones de la compañía están estructuradas con base en aportes de socios, los cuales deben financiar el 100% del proyecto para iniciar actividades en el mercado la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

En el Cuadro N° 57 se indica la inversión versus los ingresos de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

**CUADRO N° 57. INVERSIÓN VS INGRESOS
 EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**



FUENTE: CUADRO N° 54 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

9.6 Punto de equilibrio

En el Cuadro N° 58 se indica el punto de equilibrio de los 5 primeros años de funcionamiento de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

**CUADRO N° 58. PUNTO DE EQUILIBRIO
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**

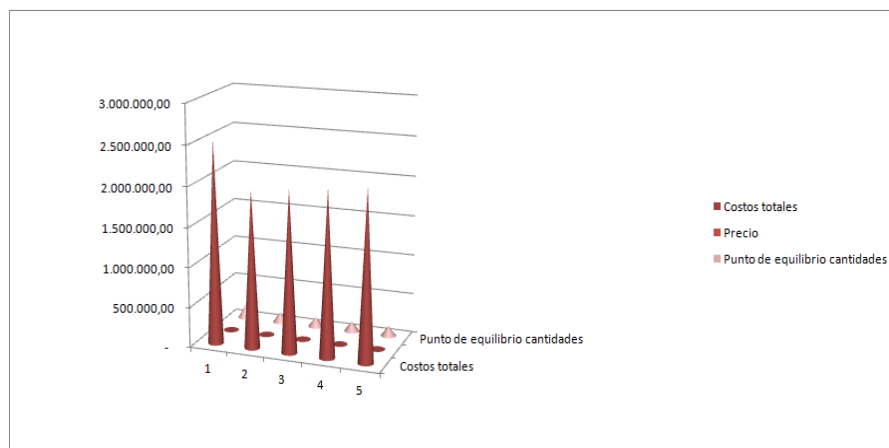
Descripción	Años/Costos (Dólares)				
	1	2	3	4	5
Costos totales	2.549.610,09	1.979.737,77	2.031.996,35	2.086.365,73	2.142.931,82
Precio	14,80	15,39	16,01	16,65	17,31
Punto de equilibrio cantidades	172.271	128.621	126.939	125.322	123.769

FUENTE: CUADROS N° 48 Y 54 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

En el Cuadro N° 59 se muestra gráficamente el punto de equilibrio de los 5 primeros años de funcionamiento de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

**CUADRO N° 59. PUNTO DE EQUILIBRIO
EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.**



FUENTE: CUADROS N° 48 Y 54 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

9.7 VAN, TIR y PPD

Con base en los Cuadros N° 53 y N° 54 correspondientes a la tasa de descuento y flujo proyectado a 5 años de funcionamiento de la empresa Pato Xport Cía. Ltda., establecidos en los numerales 8.3 y 8.4 respectivamente; se calculó VAN -Valor actual neto, TIR - Tasa interna de retorno y PPD - Periodo de pago descontado.

En el Cuadro N° 60 se muestran los resultados obtenidos del VAN, TIR y PPD de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

CUADRO N° 60. VAN, TIR Y PPD

Descripción	Resultados
VAN Inversionista	\$2.746.093,36
TIR Inversionista	42,66%
PPD	2,62

FUENTE: CUADROS N° 48 Y 52 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

9.8 Análisis de escenarios

9.8.1 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato se indica en el Cuadro N° 61.

CUADRO N° 61. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

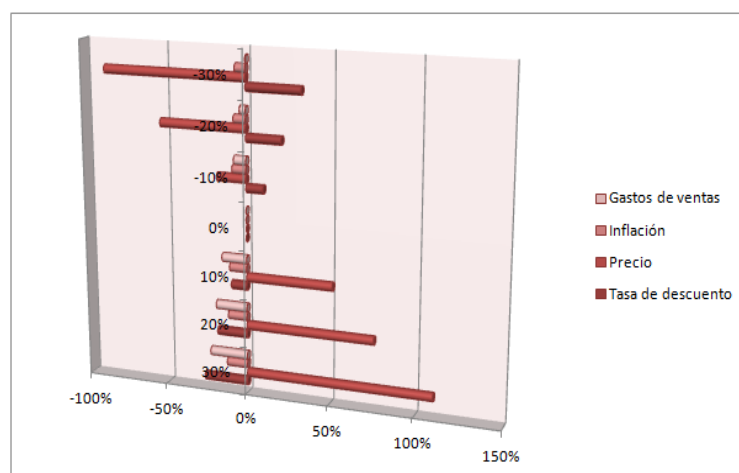
Variación	Tasa de descuento	VAN	Cambio Van	Variación	Precio	VAN	Cambio Van
		\$2.746.093,36				\$2.746.093,36	
30%	21,11%	2.012.137,70	-27%	30%	19,24	5.775.743,46	110%
20%	19,49%	2.240.626,87	-18%	20%	17,76	4.826.908,50	76%
10%	17,86%	2.484.814,87	-10%	10%	16,28	4.155.440,38	51%
0%	16,24%	2.746.093,36	0%	0%	14,80	2.746.093,36	0%
-10%	14,62%	3.026.003,27	10%	-10%	13,32	2.257.770,46	-18%
-20%	12,99%	3.326.253,49	21%	-20%	11,84	1.308.935,51	-52%
-30%	11,37%	3.648.742,27	33%	-30%	10,36	360.100,55	-87%

FUENTE: CUADROS N° 48, 52, 53, 54 Y 60 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

En el Cuadro N° 62 del gráfico del análisis de sensibilidad de la empresa Pato Xport Cía. Ltda., podemos apreciar descriptivamente la conducta de la tasa de descuento, precio, inflación y gastos de ventas del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato.

CUADRO N° 62. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.



FUENTE: CUADROS N° 48, 52, 53, 54 Y 60 - 2014
ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

En los anteriores Cuadros N° 61 y N° 62 del análisis de sensibilidad, se distingue que las variables críticas del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato son tasa de descuento y precio del cárnico.

9.8.2 Resumen de escenarios

El Cuadro N° 63 de resumen de escenarios, se hace la síntesis de los resultados de cada uno de los contextos optimista, realista y pesimista del proyecto de factibilidad de exportación de carne.

CUADRO N° 63. RESUMEN DE ESCENARIOS DEL PROYECTO

Descripción		Valores actuales	Optimista	Realista	Pesimista
Datos cambiantes	Tasa de descuento	16,24%	12,99%	16,24%	19,49%
	Precio	14,80	17,76	14,80	11,84
Resultados	VAN Inversionista	\$2.746.093,36	\$2.012.137,70	\$2.746.093,36	\$3.648.742,27
	TIR Inversionista	42,66%	70,39%	42,66%	19,86%
	PPD	2,62	1,39	2,62	8,08

FUENTE: CUADROS N° 48, 52, 53, 54 Y 60 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

Como se observa respectivamente en los Cuadros N° 61, 62 y 63 de análisis de sensibilidad y resumen de escenarios del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, es rentable la empresa Pato Xport Cía. Ltda., aun en el peor escenario que corresponde al pesimista, tiene ganancias y el periodo de pago de la inversión es menor al tiempo de análisis y la tasa interna de retorno es mayor que la esperada por los inversionistas.

9.8.3 Esperanza matemática

El Cuadro N° 64 indica la esperanza matemática del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato, de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

CUADRO N° 64. ESPERANZA MATEMÁTICA DEL PROYECTO

Escenario	VAN	TIR	PPD	Ocurrencia	Aporte		
					VAN	TIR	PPD
Pesimista	\$ 3.648.742,27	19,86%	8,08	50%	\$ 1.824.371,13	9,93%	4,04
Realista	\$ 2.746.093,36	42,66%	2,62	30%	\$ 823.828,01	12,80%	0,79
Optimista	\$ 2.012.137,70	70,39%	1,39	20%	\$ 402.427,54	14,08%	0,28
Esperanza Matemática (Promedio ponderado)					\$ 1.016.875,56	12,27%	1,70

FUENTE: CUADROS N° 63 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014

10 RIESGOS

La empresa Pato Xport Cía. Ltda., es productora de carne de pato y los riesgos que debe de enfrentar no son financieros, ni de mercado porque el proyecto:

- Es sostenible y sustentable financieramente, como puede evidenciarse en el capítulo anterior, ítem 8.8 de análisis de escenarios
- Desde el punto de vista de mercado, es mínima la competencia por el volumen de exportación, precio y calidad

Los principales riesgos son de:

- Producción: Para garantizar excelente calidad del cárnico, se seguirá de forma permanente y rigurosa el protocolo de control de calidad, se tendrán registro total de todo el proceso y se inspeccionará entre otras características las sensoriales, microbiológicas y fisicoquímicas
- Organizacional: Con el objeto de no afectar la compañía en cada período y/o proceso; se llevará estricta contabilidad, registros organizados, administración idónea e intachable y control financiero exhaustivo; para garantizar sostenibilidad y sustentabilidad empresarial

- Ambiental: Se mitiga con cuidado del ecosistema, conservación ambiental y buen manejo de impactos eventuales producidos durante la etapa de implementación en el sitio de funcionamiento empresarial
- Seguridad laboral: Se minimiza con capacitación y supervisión, por ser la única forma de enfrentarlo y mitigarlo
- Desastres naturales y ambientales: El territorio ecuatoriano, la provincia de Pichincha, el Distrito Metropolitano de Quito y por ende la parroquia rural de Puembo, presentan vulnerabilidad a estos eventos y serán mitigados con planes nacionales, regionales y locales gubernamentales de prevención de desastres, manejo ambiental y comunitario para garantizar la vida útil de la compañía.

La empresa Pato Xpor Cía. Ltda., evaluará riesgos de cada obra civil de la infraestructura; por las medidas tomadas al seleccionar sitio y ubicar obras con criterio de prevención, protección ambiental y constructiva serán considerados manejables. Con base en lo anterior, la valoración por actividades es baja y por amenazas de compatible a moderado bajo.

No será necesario realizar obras complementarias de mitigaciones a las previstas por que la empresa Pato Xport Cía. Ltda., ya que la vulnerabilidad se mantendrá en niveles bajos de exposición, por prevención y mitigación de riesgos en forma permanente a través del gobierno y la participación de la población.

11 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1 Conclusiones

El estudio de factibilidad de exportación de carne de pato, señala que la empresa Pato Xport Cía. Ltda., es y/o tiene:

- Un gran mercado potencial para exportar carne de pato a Hong Kong
- Viabilidad técnica, administrativa, económica, financiera, legal, social y ambiental
- Apta para iniciarse y sostenerse en el mercado alimenticio y comercial
- Ente generador de empleo
- Potencial de desarrollo local y nacional del sector avícola
- Fuente de progreso local con beneficios socioeconómicos ambientales
- Medios apropiados para desplegar una granja avícola en concordancia con el hábitat
- Cultura de seguridad laboral, resto del entorno y cuidado ambiente

- Un negocio productivo de alto consumo alimenticio entre los hongkoneses
- Alta demanda por generar un producto cárnico de gran valor nutricional
- Un producto inocuo cárnico avalado, que cumple y garantiza todas y cada una de las condiciones sanitarias nacionales e internacionales

11.2 Recomendaciones

Se sugiere a la empresa Pato Xport Cía. Ltda., tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Participar activamente en ferias y eventos que promuevan innovación, iniciativas empresariales avícolas y consumo de carne de pato
- Cumplir medidas de prevención prevista, para minimizar impacto negativo ambiental, que se puede producir durante la construcción de infraestructura e implementación
- Identificar entidades y gremios entre otros, con los que se puedan hacer alianzas estratégicas para cría y comercialización de patos
- Realizar permanentemente investigaciones del mercado de consumo, para identificar cambios potenciales de costumbres alimenticias

- Motivar al gobierno para mejorar incentivos que promuevan inversión de la población y empresarios a nivel nacional
- Realizar campañas publicitarias permanentes y agresivas de carne de pato, para dar a conocer a la empresa en el mercado hongkonés
- Cuidar el ecosistema del sitio por ser una fuente de riqueza local, regional y del país

12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En el Cuadro N° 65 se indica el cronograma de actividades del Plan de Trabajo del proyecto de factibilidad de exportación de carne de pato de la empresa Pato Xport Cía. Ltda.

**CUADRO N° 65. PLAN DE TRABAJO
PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE
EXPORTACIÓN DE CARNE DE PATO**

Ítem	Descripción	Tiempo (Meses)							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Recopilación y selección de información								
2	Verificación y organización de la información								
3	Información básica requerida								
4	Despliegue del proyecto								
5	Diseño y realización de encuestas								
6	Recopilación, procesamiento, análisis y tabulación de encuestas								
7	Elaboración y entrega de la tesis								

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT TERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANA - 2013

BIBLIOGRAFÍA

- C Cruz - Hernández, Z Deng, J Zhou - Journal of AOAC. Agriculture and Agri-Food, Canadá - 2004
- Centro de Formación - INETADOTA, Producción Agropecuaria, Producción y comercialización de patos, Córdoba - 2010
- CFIA Meat Hygiene Export Database and Port of Entry Data, Canadá - 2012
- Cristina Hernández L, Sebastián Montoya O y Natalia Vallejo V, Explotación de patos para la comercialización de su carne, Facultad de ciencias administrativas, Corporación Universitaria Lasallista, Caldas - Antioquia - 2009
- El Sitio Avícola, Artículos: Tendencias Avícolas Mundiales - 2009 - 2013
- Fundación para la Innovación Agraria, Producción de Pato Muscovy para Carne, Ograma Ltda., Chile - 2008
- José Luis Hernández Cabrera, Estudio de pre factibilidad para la producción de carne de Pato en el Perú - 2011
- Juan Pablo Avilez Ruiz. - Manuel Felipe Camiruaga Labatut, Manual de crianza de patos, Editorial UC TEMUCO, Chile - 2006

- Marco Bolaños F, Productora y comercializadora de carne de pato muscovy, Facultad de ciencias económicas y administrativas, Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali - Valle del Cauca - 2012
- Ministerio de agricultura, pesca y alimentación, Estudio de caracterización de la avicultura de carne alternativa, España - 2004
- Subsecretaria de Ganadería, Dirección Nacional de Estudios y Análisis Económico del Sector Pecuario - Ficha País - Región Administrativa Especial de Hong Kong de la Republica Popular China - 2013
- Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de estudios superiores Cuautitlán, Manual de producción intensiva de pato - 2010
- <http://www.botanical-online.com/>
- <http://www.captur.travel/>
- http://www.cfs.gov.hk/english/import/import_icfsg_07.html
- www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg_nl_guidance.html
- <http://www.consumer.es/>
- <http://www.ekosnegocios.com/>

- <http://www.elsitioavicola.com/>
- <http://www.feedbacknetworks.com/>
- <http://www.icex.es/>
- <http://www.infoanimales.com/>
- <http://www.infogranja.com.ar/>
- <http://www.turismo.gob.ec/>
- <http://www.saludybuenosalimentos.es/>
- http://www.cfs.gov.hk/english/import/import_icfsg_07.html
- <http://www.optur.org>
- <http://www.upload.wikimedia.org>
- <http://www.vitalimentos.es/>

ANEXOS

ANEXO N° 1

FORMATO DE ENCUESTA SOBRE CONSUMO DE CARNE DE PATO

1. ¿Se preocupa de la alimentación sana?		1.1 Si	
		1.2 No	
2. A los que dicen sí ¿De qué forma?		2.1 Consumiendo frutas y verduras	
		2.2 Solo productor naturales	
		2.3 No come carne	
		2.4 Comiendo solo pescado y aves	
		2.5 Alimentos bajos en grasas y azúcares	
		2.6 Otros	
3. ¿Consume carne habitualmente?		3.1 Si	
		3.2 No	
4. ¿Qué tipo de carne consume habitualmente?		4.1 Res	
		4.2 Cerdo	
		4.3 Pollo	
		4.4 Pescado	
		4.5 Pato	
		4.6 Otros	
5. ¿Con qué frecuencia consume carne?		5.1 A diario	
		5.2 De 2 a 3 veces por semana	
		5.3 Ocasionalmente	
6. ¿Qué beneficios del consumo de carne conoce?		6.1 Aumenta los nutrientes	
		6.2 Fuente de proteínas de alta calidad	
		6.3 Hierro de fácil absorción	
		6.4 Concentración de minerales	
		6.5 Grandes agrupaciones de vitamina B	
		6.6 Otros	
7. ¿Ha consumido carne de pato?		7.1 Si	
		7.2 No	
8. A los que dicen sí ¿En donde ha consumido?		8.1 Domicilio	
		8.2 Restaurantes	
		8.3 Otros	
9. A los que dicen sí ¿Qué opinión le merece la carne de pato?		9.1 Sabrosa	
		9.2 Nutritiva	
		9.3 Suave	
		9.4 Sana	
		9.5 Otros	
10. ¿Compraría carne de pato?		10.1 Si	
		10.2 No	
11. A los que dicen no ¿Por qué no?		11.1 Sabor	
		11.2 Poder calorífico	
		11.3 Desconocimiento de poderes nutricionales	
		11.4 Dificultad de conseguirla	
		11.5 Otros	
12. A los que dicen sí: ¿Qué factores consideraría para comprar carne de pato?		12.1 Precio	
		12.2 Nutrición	
		12.3 Sabor	
		12.4 Otros	
13. ¿Dónde compraría carne de pato?		13.1 Supermercados	
		13.2 Negocios especializados	
		13.3 Fincas	
		13.4 Restaurantes	
		13.5 Otros	
14. ¿En qué momentos considera oportuno consumir carne de pato?		14.1 Siempre	
		14.2 De vez en cuando	
		14.3 En eventos o fiestas	
15. ¿Qué precio en dólares paga o pagaría por un plato de carne de pato?		15.1 Menos de 12	
		15.2 Entre 12 y 16	
		15.3 Entre 16 y 20	
		15.4 Más de 20	
Datos personales	16. Edad	16.1 De 18 a 30	
		16.2 De 30 a 50	
		16.3 Mayores de 50	
	17. Sexo	17.1 Femenino	
		17.2 Masculino	
	18. Actividad principal	18.1 Empleado	
		18.2 Estudiante	
		18.3 Independiente	
		18.4 Otras	
	19. Estado civil	19.1 Casado	
		19.2 Divorciado	
		19.3 Soltero	
19.4 Separado			
19.5 Viudo			
20. Nacionalidad	20.1 Extranjeros		
	20.2 Nacionales		

ANEXO N° 2 GUÍA PARA COMPARADORES DE PATO

PATO

GUÍA PARA COMPRADORES

ENGORDA CON GRANOS
FORRAJEROS Y PASTAS DE LA MÁS
ALTA CALIDAD NUTRICIONAL.

CERTIFICADO SANITARIO
EXPEDIDO POR EL
DEPARTAMENTO DE
AGRICULTURA DE LOS
ESTADOS UNIDOS.

TRANSPORTADO EN
CONTENEDORES Y
A LA TEMPERATURA
APROPIADA PARA
CADA PRODUCTO.



CONTENIDO

CONTENIDO	2
La Inspección del USDA y grado de calidad	2
Introducción	3
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	4
1. Pato entero	4
2. 1/4 de pato con pierna y muslo	4
3. Alas en trozo	4
4. Alas enteras	4
5. 1/4 de pato con pechuga	4
6. Pechuga entera con hueso	4
7. Pierna y muslo	4
8. Menudencias	5
9. Alas de pavo en partes	5
10. Pierna y muslo deshuesados	5
11. Piel de cuello	5
12. Pierna y muslo deshuesados y sin piel	5
13. Pechuga deshuesada y sin piel	5
14. Pechugar entera deshuesada	5
15. Nuggets de pato	6
16. Mezcla cocida en trozo	6
17. Carne molida de pato deshuesada mecánicamente (MDM)	6
18. Pechuga entera ahumada con hueso	6
19. Salchichas de pato	6
20. Pechuga ahumada deshuesada	6
EL PROCESO DEL SACRIFICIO	7
CÓMO DESCONGELAR, PREPARAR Y COCINAR EL PATO	7
Descongelamiento	7
Preparación	7
Cocimiento	7
PATO LISTO PARA COCINARSE	7
PROCESAMIENTO ULTERIOR	8
¿POR QUÉ CONSUMIR PATO?	8
MÉTODOS DE CONSERVACIÓN	9
Empaque al vacío	9
Congelado a granel	9
Congelado individual	9
Congelado rápido (IQF) por piezas	10
Empaque por capas	10
Almacenamiento en congelación	10
CÓMO PREPARAR Y SERVIR EL PATO	10
RECALENTAMIENTO, CONSERVACIÓN Y PORCIONES	10
TERMÓMETRO DEL PATO	11

INSPECCIONADO POR LA USDA VS CLASIFICADOS POR LA USDA

La presencia del sello de clasificación "USDA Grade" –por lo general Grado A– en los productos de pato, es indicativa de calidad. Los patos grado A del USDA (Departamento de Agricultura de Estados Unidos) tienen la más alta calidad disponible, pues son rollizos, carnosos y su piel no lleva cortes, magulladuras ni desgarres. No contienen huesos rotos ni les falta parte alguna, y llevan solo unos cuantos canchales de plumas.

Al ver el sello de Inspección de las autoridades de Estados Unidos ("US Inspected"), el comprador sabe que el pato se procesó correctamente, que pasó la Inspección y que su consumo es sano y seguro. El sello "US Inspected" y el Certificado de Exportación, emitido por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos, certifica que el pato y sus productos son saludables para el consumo humano.





INTRODUCCIÓN

El conocido Pato Blanco Pequinés, domesticado hace varios siglos, es originario de China. En 1873 un barco Yankee Clipper llegó a Estados Unidos con menos de una docena de ellos, marcando así el inicio de la industria anatómica estadounidense. En la actualidad, descendientes de esos primeros patos se producen por millones en Estados Unidos.

El cruzamiento selectivo y el uso de los mejores ingredientes alimenticios, han hecho que en Estados Unidos se produzcan los patos más apreciados del mundo. La eficiencia en el crecimiento y los más altos estándares de calidad en el procesamiento, aseguran un producto succulento y sabroso.

El pato es un alimento favorito a nivel internacional. Aún cuando se le conoce más por su presentación en elegantes platillos, la cantidad de recetas deliciosas y fáciles de preparar es interminable. Este atractivo alimento, que se consume durante todo el año, se selecciona también por sus características nutricionales, pues es fuente de proteínas de alta calidad y su contenido de colesterol, sodio y calorías es bajo, atrayendo así a los consumidores conscientes de su salud.

Esta **Guía para Compradores** incluye fotografías de los productos derivados de pato disponibles actualmente en el mercado. El texto y las gráficas que aquí presentamos ayudarán a los consumidores de todo tipo a disfrutar los productos de pato.

CLASIFICACIÓN Y PROCESAMIENTO

Las canales de pato individuales y listas para cocinarse, se clasifican en tres categorías de edades: 1) Pato parrillero o para freír, 2) Pato para rostizar y 3) Pato maduro.

1. **Pato parrillero o para freír.** Es un pato joven, entero y listo para cocinarse, sacrificado aproximadamente a los 49 días de edad. Puede ser de cualquiera de ambos sexos y su carne es suave. Los patos de este grupo pesan de 1.360 a 2.950 kg (de 3 a 6.5 lb.).
2. **Pato para rostizar.** Los patos de esta clasificación vienen enteros y listos para cocinarse y se procesan a una edad de más de 12 semanas. Pueden ser de cualquier sexo, su carne es blanda y pesan de 1.820 a 3.400 kg (de 4 a 7.5 lb.).
3. **Pato maduro.** Los patos de esta categoría generalmente tienen más de 6 meses de edad. Pueden ser de cualquier sexo y su carne es sumamente firme. Los patos asignados a esta clasificación, generalmente son adultos que han concluido su ciclo reproductivo. Su carne se deshuesa mecánicamente y se usa en productos procesados.



DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO



1.



3.



6.



2.



4.



7.



5.

1. PATO ENTERO.
(Whole Duckling). Disponible fresco o congelado, con pesos de 1.360 a 2.950 kg (de 3 a 6.5 lb). Puede incluir una bolsa con el cuello, el corazón, el hígado y la molleja. Los patos que no incluyan estas partes pueden llevar la etiqueta WOGS (Iniciales en inglés para: without giblets). Para su embarque generalmente se colocan en cajas de 6 patos.

2. 1/4 DE PATO CON PIERNA Y MUSLO.
(Quartered Leg). Incluye la pierna, el muslo y la mitad de la parte posterior del dorso, con una porción de la cola. Su peso varía de 340 a 454 g (de .75 a 1 lb). Se empacan a granel en bolsas de polietileno y las cajas que las contienen pesan hasta 13.62 kg (30 lb).

3. ALAS EN TROZO.
(Two-Joint Wings). Pueden incluir los dos primeros tercios, o bien el segundo tercio y la punta del ala. Se empacan a granel en bolsas de polietileno con 13.62 kg (30 lb). Finalmente, las bolsas se colocan en cajas de cartón para su embarque.

4. ALAS ENTERAS.
(Whole Wings). Las tres articulaciones se conservan intactas. Se empacan en bolsas de polietileno con 13.62 kg (30 lb) que se embarcan en cajas de cartón.

5. 1/4 DE PATO CON PECHUGA.
(Breast Quarter). Incluye media pechuga con las costillas y una porción del dorso. Estos cuartos de pato están disponibles con o sin ala. Su peso es de 454 a 680 g (de 1 a 1.5 lb). Se empacan a granel en bolsas de polietileno y se embarcan en cajas de cartón.

6. PECHUGA ENTERA CON HUESO.
(Whole Breast Bone-in). Se trata de la pechuga entera, sin alas ni columna vertebral. Pesan de 410 a 680 g (de 0.9 a 1.5 lb). Generalmente se empacan a razón de una docena de pechugas por caja. El peso de las cajas varía de 4.750 a 8.175 kg (de 10.5 a 18 lb).

7. PIERNA Y MUSLO.
(Whole Leg). Las dos piezas vienen juntas y tienen un peso promedio de 1/2 lb. Se empacan a granel en bolsas de polietileno y en cajas para su embarque. Las cajas llenas pesan aproximadamente 9 kg (20 lb).



8. MENUDENCIAS. (Giblets).
(Butterflied Gizzards, Tongues & Feet). Aunque no se le considera como tal, se puede incluir el cuello con las menudencias, colocándolo en la misma bolsa con el corazón, la molleja y el hígado. Generalmente vienen a granel en paquetes con recubrimiento interior de polietileno y pesan de 6.800 a 22.700 kg (15 a 50 lb).

9. ALAS DE PAVO EN PARTES.
(Butterflied Gizzards, Tongues & Feet). Las mollejas abiertas en forma de mariposa vienen limpias y desgrasadas. Las patas se escaldan y se les quita la piel; están disponibles con o sin uñas y callos plantares. Las lenguas se empacan a razón de 5 lb por bolsa de polietileno y cada caja contiene 6 bolsas. Las patas y mollejas se empacan a granel, en bolsas de polietileno de 13.620 kg (30 lb).

10. PIERNA Y MUSLO DESHUESADOS.
(Boneless Leg and Thigh). Esta carne deshuesada está disponible marinada y sin marinar. Se empaca en bolsas de polietileno de 2.270 kg (5 lb) y cada caja incluye 3 bolsas.



11. PIELES DE CUELLO.
(Neck Skins). Estos trozos de piel se empacan a granel en bolsas de polietileno. Cada bolsa tiene un peso neto de 13.260 kg (30 lb).

12. PIERNA Y MUSLO DESHUESADOS Y SIN PIEL.
(Boneless/Skinless Leg and Thigh). La carne de pierna y muslo deshuesada y sin piel está disponible en forma marinada y sin marinar. Se empaca en bolsas de polietileno que contienen 2.270 kg (5 lb). Cada caja incluye 3 bolsas.



13. PECHUGA DESHUESADA Y SIN PIEL.
(Boneless/Skinless Breast). Esta carne sin grasa y sin piel está disponible en porciones de tamaño controlado cuyo peso varía de 115 a 290 g (de 4 a 10 onzas). Cada porción se empaca individualmente en bolsas de polietileno y se colocan 30 bolsas por caja.

14. PECHUGA ENTERA DESHUESADA.
(Boneless Whole Breast). Las pechugas enteras y deshuesadas se empacan individualmente para su almacenamiento y uso. Dependiendo de su tamaño, se empacan a razón de 16 a 32 pechugas por caja.



15.

15. NUGGETS DE PATO.
(Duck Nuggets). Esta carne de pato empanizada y deshuesada contiene un máximo de 30% de capeado, respecto de su peso total. Cada trozo pesa aproximadamente 21.5 g (75 onzas). Los nuggets de pato se empaquetan en bolsas de polietileno de 4.5 kg (10 lb).

16. MACIZA COCIDA EN TROZO.
(Cooked Pooled Meat). Los patos enteros sin cuello ni menudencias se cocinan lentamente en agua durante varias horas. Cuando están completamente cocidos, la carne se desprende manualmente de la canal, separándola del hueso y del cartilago. La carne se empaqueta y se congela para su embarque en bolsas de polietileno. Cada caja contiene dos bolsas de 2.270 kg (5 lb). (Sin foto).



17.

17. CARNE MOLIDA DE PATO, DESHUESADA MECÁNICAMENTE (MDM).
(Mechanically Deboned Duck Meat - MDM). Esta carne finamente molida se utiliza para la fabricación de productos tales como salchichas y embutidos. La carne MDM se empaqueta a granel en cajas y/o tambores recubiertos internamente con una capa de polietileno, con un peso entero de 22.700 kg (50 lb) cada uno.

18. PECHUGA ENTERA AHUMADA CON HUESO.
(Smoked Whole Breast Bone In). Estas pechugas pesan aproximadamente 454 g (1 libra) y se cocinan completamente para envasarlas individualmente al vacío. Cada caja contiene aproximadamente 10 pechugas. (Sin foto).



19.

19. SALCHICHAS DE PATO.
(Duck Franks). Salchichas Frankfurt elaboradas con carne de pato deshuesada mecánicamente, cocidas a término y selladas al vacío en paquetes de 454 g (1 lb). Para su embarque, se incluyen 12 paquetes por caja.

20. PECHUGA AHUMADA DESHUESADA.
(Smoked/Boneless Breast). Estas pechugas enteras y cocinadas a término, se ahuman y envasan al vacío para su empaque. Cada caja contiene aproximadamente 20 pechugas. (Sin foto).

EL PROCESO DEL SACRIFICIO



Todos los patos inspeccionados y clasificados por el USDA se procesan en mataderos sometidos a los reglamentos y requerimientos del Servicio de Inspección y Control Sanitario del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Después del proceso de sacrificio, los patos pasan por el desangrado, desplume y evisceración, para después separar las patas y la cabeza. Todo este proceso se realiza bajo la cuidadosa supervisión del inspector del USDA. Se cuida que la temperatura de las canales recién procesadas disminuya a 4° C (40° F) o menos, dentro de una hora después de la matanza.

Una vez concluido este proceso, el pato se prepara para la venta ya sea entero o destinado a procesamiento ulterior.



CÓMO DESCONGELAR, PREPARAR Y COCINAR EL PATO

DESCONGELAMIENTO

Si el pato está congelado, se recomienda descongelarlo en su empaque original dentro del refrigerador durante 24 horas. Si se desea un descongelamiento rápido, se puede meter el pato en un recipiente con agua fría. Una vez completamente descongelado, se saca del empaque y se extraen las menudencias y el cuello que vienen en la cavidad.

PREPARACIÓN

Enjuagar con agua fresca de la llave por dentro y por fuera; escurrirlo y secarlo con una toalla de papel. Rascar firmemente la piel del pato con un tenedor, pinchándola cuidadosamente de tal manera que se logre un efecto de auto rociado. Tener cuidado de que los pequeños orificios atraviesen solo la piel pero no lleguen a la carne, pues de lo contrario el pato perderá sus jugos naturales y quedará reseco. Espolvorear sal homogéneamente en las cavidades del cuerpo y del cuello y quedará listo para rellenarlo o rostizarlo.

COCIMIENTO

Para rostizarlo, colocar el pato en una bandeja sobre una parrilla o un trébede, con la pechuga hacia arriba. Rostizarlo "sin taparlo" a 177° C (350° F) durante 30 a 35 minutos por cada medio kilogramo, o hasta que esté dorado y crujiente.



PATO LISTO PARA COCINARSE

Los patos enteros salen de las plantas de procesamiento ya sea como canales frescas o congeladas, ambas empacadas individualmente, y pueden incluir una bolsa con el cuello y las menudencias. Cuando no se incluyen estas partes se les puede colocar la etiqueta "WOGS" (siglas en inglés de *without giblets*, sin menudencias). El pato fresco y enfriado por inmersión tiene una vida de anaquel de hasta 21 días.

PROCESAMIENTO ULTERIOR

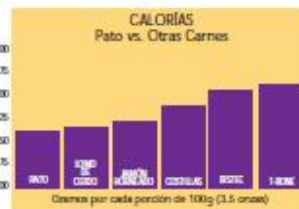
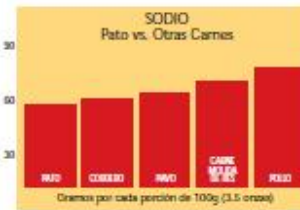
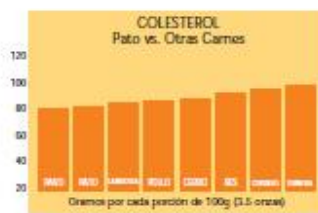
Todos los productos de carne de pato, distintos al pato entero fresco y congelado listos para cocinarse, se clasifican como pato para "procesamiento ulterior".

Ejemplos de ello son el empanizado, el cocinamiento, la clasificación de piezas por tamaños, el ahumado, el curado, el deshuesado, el destazado y el empaque.

Los productos sometidos a procesamiento ulterior siempre llevan la inspección del USDA y también pueden ser clasificados por dicha dependencia.

SIEMPRE LEA, COMPRENDA Y SIGA LAS INSTRUCCIONES DE LA ETIQUETA. El procesamiento ulterior presenta al usuario final toda una gama de productos con características distintas; es por ello que varía la manera de manejarlos, prepararlos, almacenarlos y servirlos.

¿POR QUÉ CONSUMIR PATO?



El pato, que era digno sólo de reyes y emperadores, es actualmente un alimento al alcance de todas las clases sociales. Conocido en una época por su magnífico aspecto como centro de mesa, ahora se le puede encontrar en platillos de entrada, ensaladas, sopas y embutidos finos.

La amplia popularidad del pato se debe a múltiples razones. El mundo se ha reducido gracias a todos los medios modernos de transporte, además, las divisiones entre clases sociales se han desvanecido.

El procesamiento ulterior y los métodos mejorados de almacenamiento y cocción, hacen del pato un alimento mucho más atractivo; sin embargo, son las poderosas cualidades nutricionales de la carne de pato, las responsables de que el público la consuma. Su sabor es agradable y es fuente de proteína de alta calidad.

Baja en calorías, grasa, sodio y colesterol, la carne de pato es sabrosa y complementa las dietas más exigentes.



MÉTODOS DE CONSERVACIÓN

EMPAQUE AL VACÍO

El empaque al vacío es una forma de conservación en la que los productos de pato procesados, fríos y crudos se empaquetan en bolsas sintéticas. Después de introducir el producto se extrae todo el aire ambiental (oxígeno), formando un vacío dentro de la bolsa. La eliminación del oxígeno retarda el crecimiento de las bacterias aerobias. En algunas ocasiones, con el fin de eliminar el oxígeno, se introduce un gas (dióxido de carbono o nitrógeno) al empaque.

El aspecto más importante para la vida de anaquel de los productos envasados al vacío es la temperatura del pato. La vigencia del producto variará dependiendo de la temperatura y del mantenimiento del ambiente carente de oxígeno.

Los productos de pato envasados al vacío normalmente tienen una vida de anaquel de 21 días, cuando se conservan a -2.2°C (28°F) o de 10 a 14 días si se conservan a 0°C (32°F). NO SE RECOMIENDA PARA EMBARQUE MARÍTIMO.

CONGELADO A GRANEL

Es una forma de congelamiento mediante la cual los productos de pato procesados se enfrían aproximadamente a temperaturas de 1.7 a 4.4°C (de 35 a 40°F), se empaquetan en contenedores y se colocan en un congelador a -17.8°C (0°F) o menos. Los productos de pato generalmente se congelan dentro de de 24 a 62 horas. Salvo que se haya utilizado un empaque especial individual, todas las piezas se congelan juntas, de tal manera que para sacar una sola pieza es necesario descongelar el contenedor completo. Los productos de pato congelados a granel suelen tener una vida de anaquel de hasta 12 meses, si se embarcan y almacenan correctamente a -17.8°C (0°F) o menos. RECOMENDADO PARA EMBARQUE MARÍTIMO.

CONGELADO RÁPIDO INDIVIDUAL (IQF)

Se trata de una forma de congelación en la cual los productos procesados de pato se congelan individualmente a una temperatura aproximada de -17.8°C (0°F), antes de ser empacados en los contenedores de embarque y colocados en un congelador de almacenamiento a -17.8°C (0°F). Las piezas no están congeladas juntas, de tal manera que es posible sacar una pieza individual aún en estado de congelación.

Los productos de pato congelados individualmente tienen una vida de anaquel de hasta 12 meses si se embarcan y almacenan correctamente a -17.8°C (0°F) o menos. RECOMENDADO PARA EMBARQUE MARÍTIMO.



CONGELADO RÁPIDO (IQF) POR PIEZAS

Denominados IQF (por sus siglas en inglés; Individually Quick Frozen), los productos de pato se congelan individualmente y con rapidez, a una temperatura aproximada de -51°C a -40°C (-60°F a -40°F) dentro de un período de 60 minutos o menos, contados a partir del inicio del proceso de congelación. Las piezas se congelan en forma separada por lo que es posible sacar cada una de ellas individualmente aún en estado de congelación. El uso del término congelamiento rápido está legislado por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos y requiere que los productos se coloquen en el congelador inmediatamente después del enfriamiento inicial, o bien se pueden conservar en frío durante 48 horas a una temperatura de 2.2°C (36°F), para después congelarlos a -17.8°C (0°F) o menos, dentro de las 72 horas posteriores al inicio del proceso de congelación.

Los productos de pato congelados individualmente en forma rápida tienen una vida de anaquel de hasta 12 meses o más si se embarcan y almacenan correctamente a -17.8°C (0°F) o menos. **RECOMENDADO PARA EMBARQUE MARÍTIMO.**

EMPAQUE POR CAPAS

Los productos de pato se empaquen en capas separadas mediante hojas de polietileno de tal manera que sea posible sacar piezas individualmente sin tener que descongelar toda la caja.

ALMACENAMIENTO EN CONGELACIÓN

La vida de anaquel de los productos de pato congelados en la planta o en el comercio, empacados y almacenados bajo las condiciones adecuadas, es normalmente de 12 meses. Sin embargo, las pruebas han mostrado que los productos avícolas, particularmente los crudos, se pueden almacenar durante varios años, con una merma insignificante de su vida de anaquel o sabor.

No obstante, los productos de pato congelados pueden experimentar varios grados de daño, debido a quemaduras por congelación, deshidratación, deterioro químico y nutricional durante el embarque y almacenamiento. Las variables durante el embarque y almacenamiento que afectan la vida de anaquel son las siguientes: Mantenimiento de una temperatura constante de -17.8°C (0°F) o menos, el tiempo, la protección de los productos contra el aire y la velocidad del aire dentro del congelador.

RECALENTAMIENTO, CONSERVACIÓN Y PORCIONES**RECALENTADO**

El pato que se haya cocinado, refrigerándolo después, se debe recalentar rápidamente a un mínimo de 73.9°C (165°F), antes de servirlo. El recalentado debe hacerse en el horno. Los baños maría y otros equipos empleados para mantener calientes los alimentos no son adecuados para el recalentado.

CÓMO CONSERVARLO CALIENTE

Durante el servicio es necesario mantener las siguientes temperaturas internas para el pato totalmente cocinado y para los productos de pato:

- Para platillos fríos: 4°C (40°F)
- Para platillos calientes: 63°C (145.5°F) o más

PORCIONES POR LIBRA/KILO

Considerar de 340 a 454 g (de 3/4 a 1 libra) de carne con hueso, por persona. Un pato partido en cuatro alcanza fácilmente para 4 personas.

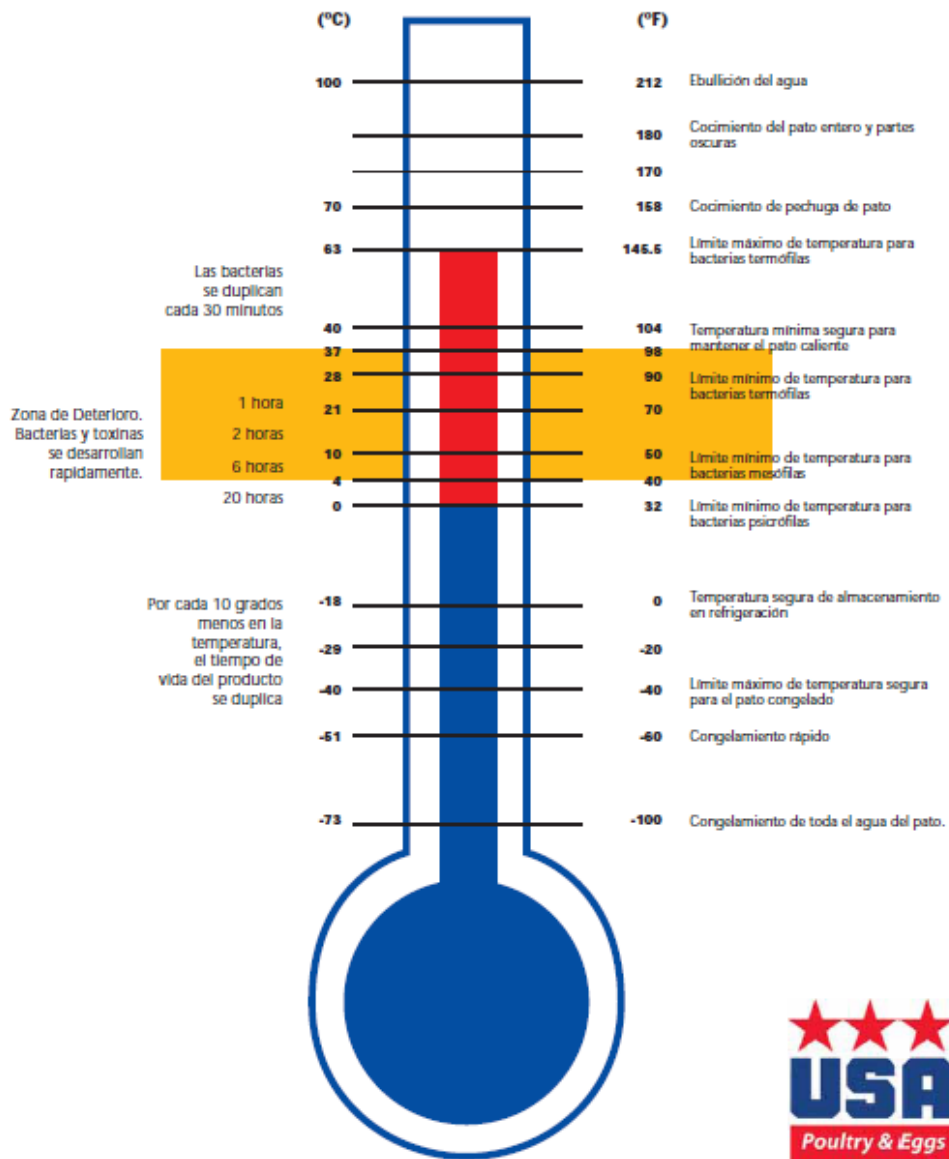
CÓMO PREPARAR Y SERVIR EL PATO

La preparación de los alimentos puede ser una tarea compleja, pues es durante este proceso cuando el producto está menos protegido de la contaminación con gérmenes patógenos. El proceso de preparación de todos los patos y sus productos debe incluir:

1. Estricta higiene personal y condiciones sanitarias para el manejo del alimento.
2. Aplicación continua de las técnicas sanitarias de manejo de alimentos.
3. Manejo mínimo de todos los productos.
4. Estricto apego a todos los procedimientos adecuados para manejar, cocinar, servir y recalentar el producto.
5. Nunca almacenar la carne cocida cerca de la carne cruda.



TERMÓMETRO DEL PATO



Esta Guía para Compradores de Pato se proporciona por cortesía de USA Poultry and Egg Export Council (Consejo de Exportadores de Carne de Aves y Huevo de los Estados Unidos), como un esfuerzo para distribuir todos los productos que procesa y vende la industria estadounidense del pato. No obstante, debido a la estructura independiente de esta industria, no ha sido posible describir todos los productos ni la variedad completa de sus formas, tamaños y pesos.

Las preguntas referentes a productos específicos o a las Fuentes de abastecimiento de Pato y sus productos, deben dirigirse al personal de USA Poultry and Egg Export Council, en las oficinas y domicilios indicados.

OFICINAS GENERALES

USA Poultry and Egg Export Council
2300 West Park Place Blvd.
Suite 100 Stone Mountain Georgia, USA
30087
Tel: (770) 413 0006
Fax: (770) 413 0007
E-mail: usapeec@usapeec.org

MEXICO

Jose Luis Cruz, Director
Oficina Monterrey
Blvd. Diaz Ordaz No. 140 Piso 7
Col. Santa Maria CP 64650
Monterrey, NL, MÉXICO
Tel: (81) 8333 7582 y (81)8333 7588
Fax: (81)8333 3731
E-mail: luispo@prodigy.net.mx

OFICINA CIUDAD DE MÉXICO

Alma Lilla de Leon, Mkt. Manager
Jaime Balmes No. 8 Piso 2
Col. Los Morales Polanco CP 11510
MÉXICO DF
Tel: (55) 5282 0933 y (55) 5282 0946
Fax: (55) 5282 0952
E-mail: alilladeleon@prodigy.net.mx

JAPON

Izumi Amano
1-46-3, Hatsudai, Shibuya-ku
Tokyo 151-0061 JAPAN
Tel: 81-3-5354-7429
Fax: 81-3-5354-7099
E-mail: amanoi@aol.com

SINGAPUR

Margaret Say, Director
Maria Cheong, Asst. Director
541 Orchard Rd.
Suite 15-04 Liat Towers
SINGAPORE 238881
(Abarca Malasia, Indonesia, Vietnam,
Tailandia, Filipinas y Brunel)
Tel: 65-6737-1726
Fax: 65-6737-1727
E-mail: usapeec_sing@pacific.net.sg

SHANGHAI

Carl Shi, Manager
Juliet Zhu, Asst. Manager
1809-1810 Overseas Chinese Mansion
129 Yanan Rd. West
Shanghai, 200040 CHINA
(Abarca el Sur y Centro de China)
Tel: 8621-6249-2625
Fax: 8621-6249-1653
E-mail: shoffice@usapeec.org.cn

COREA

Lan Sohn
Sohn's Market Makers
5th Floor, Chungboo Bldg.
118-4 Chungdam-dong,
Kangnam-ku
Seoul, KOREA 135-100
Tel: 822-543-9380
Fax: 822-543-0944
E-mail: lan@sohnmm.com

MIDDLE EAST/CIS

Simon Bakht AMFI
Ras Beirut, Manara
Tabbara Bldg. 4th Floor
P.O. box 113-5028
Harma Beirut 1103-2010
Beirut, LEBANON
Tel: 961-1-740378, 741223
Fax: 961-1-740393
E-mail: amfime@cyberia.net.lb

AMFI SAUDI ARABIA

Al Bandriah Centre,
5th Floor, Suite 501
28th St. Pepsi Cola St.
P.O. Box 3492
Al-Khobar, 31952 SAUDI ARABIA
Tel/Fax: 966-3-8823265

AMFI AZERBAIJAN

Hussein Effendiev
Nizami St. 91, Suite 44
Postal Code 370000
P.O. Box 189
Baku, AZERBAIJAN
Tel/Fax: 99-412-933731

RUSIA

Albert Davleyev, Director
Tatiana Soloviova, Asst. Director
Natalia Izmailova, Asst. Director
15 Petrovsky Blvd. Bldg. 1
Moscow, RUSSIA 103051
(Abarca Rusia, Bielorusia)
Tel: 7095-980-6140
Fax: 7095-980-6141
E-mail: usapeec@usapeec.ru

SUDÁFRICA

Zelda Sharp, marketing
6 Dreu Donna, Pinotage St.
Meyersdahl, Johannesburg
SOUTH AFRICA 1448
(Abarca Africa)
Tel: 27-11-867-7082
Fax: 27-11-867-7083
E-mail: zelda.sharp@rmweb.co.za

EUROPA

Lisa Sandblom
(Abarca Europa Central y del Este)
Tel: 46-8-7762427
Fax: 46-8-7762427
E-mail: usapeec-euetella.com

HONG KONG

Sarah Li, Director
Cecilia Chu, Asst. Director
2010 Hang Lung Centre
2-20 Paterson St.
Causeway Bay, Hong Kong
(Abarca Hong Kong, el Sur de China y
Taiwan)
Tel: 852-2890-2908
Fax: 852-2895-5546
E-mail: hkoffice@usapeec.com.hk

BEIJING

Richard Hu
Room 419, Building A
Hegiao Mansion
No. 8A Guanghua Road
Chaoyang District
Beijing 100026, China
Tel: 8610-6581-1255
Fax: 8610-6581-2922
E-mail: bjoffice@usapeec.org.cn



ANEXO N° 3

DEPRECIACIÓN DE LOS BIENES

EMPRESA PATO XPORT CÍA. LTDA.

Descripción	Costo (Dólares)										
	Total	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Oficinas	157.000	15.700	15.700	15.700	15.700	15.700	15.700	15.700	15.700	15.700	15.700
Galpones para bodegas, equipos y mantenimiento	45.360	4.536	4.536	4.536	4.536	4.536	4.536	4.536	4.536	4.536	4.536
Áreas de cuartos fríos, servicios y otros	40.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Comederos, bebederos, criadoras y termómetro	293.440	29.344	29.344	29.344	29.344	29.344	29.344	29.344	29.344	29.344	29.344
Planta	172.920	17.292	17.292	17.292	17.292	17.292	17.292	17.292	17.292	17.292	17.292
Centro de monitoreo y control	167.500	16.750	16.750	16.750	16.750	16.750	16.750	16.750	16.750	16.750	16.750
Casetas de guardiana	4.480	448	448	448	448	448	448	448	448	448	448
Parqueaderos	50.400	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040
Área de recreación	21.980	2.198	2.198	2.198	2.198	2.198	2.198	2.198	2.198	2.198	2.198
Lago	195.000	19.500	19.500	19.500	19.500	19.500	19.500	19.500	19.500	19.500	19.500
Vías internas de acceso	113.280	11.328	11.328	11.328	11.328	11.328	11.328	11.328	11.328	11.328	11.328
Equipos	550.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000
Estudios y otros	160.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total (Dólares)	1.971.360	-268.136	-268.136	-268.136	-268.136	-268.136	-268.136	-268.136	-268.136	-268.136	-268.136
Valor de desecho	1.077.208										

FUENTE: CUADRO 38 Y 41 - 2014

ELABORACIÓN: MARÍA CRISTINA GRANT IERÁN - DANIEL FELIPE JARAMILLO ARELLANO - 2014