

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LAMOLINA**

**FACULTAD DE ZOOTECNIA
TITULACIÓN POR EXAMEN PROFESIONAL**



**SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE LA EXPORTACIÓN
DE CARNE DE CUY (*Cavia porcellus*)**

**TRABAJO MONOGRÁFICO PRESENTADO POR
SARA LYNN ÁLVAREZ COLÁN**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE
INGENIERO ZOOTECNISTA**

Lima – Perú

2014

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	ANTECEDENTES	2
	2.1 La crianza de cuyes en el Perú	2
	2.2 Distribución y dispersión actual	3
	2.3 Importancia y ventajas de la Carne de Cuy	3
	2.4 Mercado Local	6
	2.5 FODA del Producto	8
	2.6 FODA comercial del Producto	9
	2.7 La situación de la carne de cuy en la gastronomía peruana y mundial	10
III.	LA EXPORTACION DE CARNE DE CUY	12
	3.1 Definición del producto exportable	12
	3.2 Definición de la Partida Arancelaria	12
	3.3 Evolución de las exportaciones peruanas de carne de cuy	13
	3.4 Condiciones de envío	18
	3.5 Mercados de destino	24
	3.6 Documentación requerida para la exportación de carne de cuy	29
IV.	CONCLUSIONES	34
V.	RECOMENDACIONES	35
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36

INDICE DE CUADROS

1. Comparación de contenido nutricional de diferentes carnes	5
2. Oferta y demanda de la carne de cuy en Lima Metropolitana	7
3. Partida arancelaria de la carne de cuy	13
4. Principales Empresas Exportadoras Peruanas de la Subpartida 0208.90.00.00 en los últimos años: Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados. En Peso Neto (KG) ¹⁴	
5. Actividades de las empresas que se dedican a la exportación de carne de cuy como actividad adicional	16
6. Condiciones de envío ²⁰	
7. Comparativo de carcasa según mercado de destino	25
8. Ecuador: Emigración Internacional de Ecuatorianos según país de residencia al 2010 ²⁸	

INDICE DE FIGURAS

1. Distribución de Caviar en Sudamérica	4
2. Cuy enlatado	11
3. Acopio de cuyes para exportación	21
4. Beneficio de cuyes	21
5. Envasado al vacío de la carne de cuy	22
6. Transporte y desembarque en frigorífico	22
7. Contenedores para exportación	23
8. Esquema del Contrato de Compra Venta Internacional	29

INDICE DE GRAFICOS

1. Tendencia de Las Exportaciones peruanas de carne de cuy
FOB (USD) – Peso Neto 15
2. Exportaciones peruanas de la Subpartida 0208.90.00.00 durante
el año 2013: Las demás carnes y despojos comestibles, frescos,
refrigerados o congelados. En Peso Neto (kg) 17
3. Exportaciones peruanas de la Subpartida 0208.90.00.00 durante
el año 2014: Las demás carnes y despojos comestibles, frescos,
refrigerados o congelados. En Peso Neto (KG) 19
4. Perú: Emigración internacional de peruanos, según
País de residencia, al 2013 (%) 27

RESUMEN

El Perú es uno de los principales países en producción y consumo de carne de cuy a nivel mundial por su bajo costo de producción en crianzas familiares y semi-comerciales. La carne de cuy ha sido exportada, debido principalmente a la importante migración de latinos a países como los Estados Unidos de Norteamérica, quienes al margen de valorar las características y composición nutricional de dicho producto, tienen costumbre ancestral de preferirla; sin embargo, durante los últimos años se ha apreciado significativas fluctuaciones, de acuerdo a la situación y coyuntura del mercado y del aparato productivo, sin lograr un verdadero despegue para esta actividad.

Actualmente, esta actividad sigue contando con aparente potencial; sin embargo, aún no se ha presentado la homogenización del producto, ni penetrado en los posibles y diversos mercados; al momento la exportación tiene como destino principal Estados Unidos, permaneciendo como potenciales países tales como China y países asiáticos en general; así como otros países de la comunidad Europea, donde la presencia de sudamericanos de ascendencia andina es importante.

La exportación se realiza principalmente a las colonias peruanas y ecuatorianas, en Estados Unidos, pero también colombiana y boliviana en menor grado, quienes en conjunto consumen este producto en fechas especiales, configurando un mercado específico. Mediante la identificación de la ubicación de este segmento o nicho, así como de sus hábitos respecto al consumo de esta carne, estaríamos identificando el mercado objetivo. Asimismo, es posible ampliar este mercado valiéndose de las características especiales de la carne de cuy.

Las exportaciones de carne de cuy, que empezaron en los años 90's, han sido impulsadas desde el año 2000, por intervención de los exportadores y a través de la prensa escrita y televisiva de los países andinos, presentando una caída en el 2009, una recuperación posterior a dicho año, así como una nueva caída en el 2013, seguida de muy bajas cantidades, presentadas preliminarmente en el presente año; lo que se acompaña de una significativa disminución de empresas exportadoras de este producto, y el poco interés por parte de otras empresas y criadores debido a las exigencias en cuanto a características del producto y altos volúmenes en corto tiempo, quedando al momento solo una empresa en Perú dedicándose a esta actividad.

I. INTRODUCCIÓN

El cuy es un mamífero oriundo de las quebradas interandinas de Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia. Actualmente su crianza está generalizada en el ámbito rural para el autoconsumo y venta de excedentes, usualmente los criadores lo hacen para consumo propio en ocasiones especiales, y su sobrante es destinado a la venta; en tal sentido es considerado como un producto de consumo eventual cuya demanda está restringida a eventos distintivos como aniversarios, cumpleaños, fiestas, etc. Además, también suele ser consumido en lugares especializados en su preparación tradicional, como restaurantes y clubes departamentales o lugares similares.

Por tanto, existe el reto de convertir la carne de cuy en una alternativa de proteínas a bajo costo para diversas poblaciones y un elemento del desarrollo del sector agropecuario. Existen suficientes elementos de juicio e información de mercado para percibir una buena aceptación masiva del producto, lo que permitiría convertirla en una carne de consumo masivo.

El objetivo específico del presente trabajo monográfico es analizar de manera preliminar la información sobre las exportaciones peruanas de carne de cuy en la última década, para interpretar la situación actual; y evaluar la proyección del mercado objetivo y potencial para este producto.

II. ANTECEDENTES

2.1 La crianza de cuyes en el Perú

El cuy (*Cavia porcellus*) pertenece a la familia *cavidae*, es una especie originaria de la zona Andina del Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia. También es conocido con los nombres de cobayo, curi, conejillo de indias y en países de habla inglesa como *guinea pig*.

El cuy fue domesticado en esta región sudamericana por las culturas pre-incas y desde esas épocas es utilizado como animal de carne, se piensa que su consumo pudo originarse en el Perú prehispánico, puesto que se han encontrado restos de cuy en antiguos centros arqueológicos como el Templo del Cerro Sechín, en la provincia de Casma, región Ancash. De acuerdo con algunas investigaciones científicas, esta especie pudo haber sido domesticada entre 2 500 y 3 600 años atrás y su consumo se extendió hacia importantes culturas como Paracas, Mochica, Chimú, Vicus y el propio imperio incaico.

Asimismo, se han extraído restos de cuyes en Ancón, ruinas de Huaycan, Cieneguilla y Mala, donde se encontraron cráneos más alargados y estrechos que los actuales, siendo además abovedados y con la articulación naso-frontal irregular semejante al *Cavia aperea*, tal como indica Chauca (1997). Evidencias arqueológicas indican que este animal se encontró en todas las regiones pre incas a lo largo de la cordillera y también en la población costera de estas culturas.

La población actual de cuyes en los países andinos se estima en 36 millones de animales. En el Perú y Ecuador su crianza esta difundida en la mayor parte del país; en Bolivia y Colombia está circunscrita a determinados departamentos, lo cual explica la menor población animal en estos países. Actualmente, el Perú concentra la mayor población de cuyes en la región; para el 2003 el INIA y la Dirección General de Promoción Agraria (DGPA) calcularon una población de 23,2 millones de animales, principalmente en la sierra (92%), ya que el poblador andino aprovecha la facilidad que hay para su crianza y reproducción. La población es mucho menor en la costa (6%) y en la selva (2%).

Como población estable se reporta que en el Perú habría 22 millones de cuyes y se consumen 66 millones de cuyes por año. El último Censo Nacional Agropecuario (IV Cenagro) reportó que hay 12.6 millones de cuyes, cifra que difiere de manera radical con lo estimado, debido a que la gran mayoría de cuyes no están concentrados en grandes empresas (como las aves), sino diversificados en miles de crianzas familiares o semidomésticas no censadas (Sarria, 2014). La crianza del cuy ha suscitado un gran interés en el Perú, no solo por ser una valiosa fuente de nutrientes para el poblador rural, sino

también como una fuente de ingreso económico y potencial producto apto para la exportación, siempre y cuando se encuentren y desarrollen mercados con condiciones y presentaciones adecuadas para el producto.

2.2 Distribución y dispersión actual

El hábitat del cuy es muy extenso, se han detectado numerosos grupos de ecotipos en Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Nor Oeste de Argentina, y Norte de Chile, distribuido por el eje de la cordillera andina. Posiblemente el área que ocupa Perú y Bolivia fue el hábitat nuclear de los caviás (Cabrera 1953). Este roedor vive debajo de los 4500 m.s.n.m. hasta la costa y la selva alta.

Según Chauca (1997), el hábitat del cuy silvestre, según la información zoológica, es todavía más extenso. Ha sido registrado desde América Central, el Caribe y las Antillas hasta el sur del Brasil, Uruguay y Paraguay en América del Sur. En Argentina se han reconocido tres especies que tienen como hábitat la región andina. La especie *Cavia aperea tschudii* se distribuye en los valles interandinos del Perú, Bolivia y noroeste de la Argentina; la *Cavia aperea aperea* tiene una distribución más amplia que va desde el sur del Brasil, Uruguay hasta el noroeste de la Argentina; y la *Cavia porcellus* o *Cavia cobaya*, que incluye la especie domesticada, también se presenta en diversas variedades en Guayana, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia (Figura 1).

Aún no se determina con exactitud el origen del cuy doméstico, Huckinghans (1961), citado por Cahill (1997) considera que la especie *Cavia aperea tschudii* es la que ha estado difundida en el Perú y Bolivia como especie silvestre. Los hallazgos anatómicos demuestran que esta sería con más seguridad el ancestro del cuy doméstico. El centro de domesticación primaria del cuy fue el Perú y como centros secundarios estuvieron Bolivia, Ecuador y Sur de Colombia.

2.3 Importancia y ventajas de la carne de cuy

El cuy constituye un producto alimenticio de alto valor nutricional que contribuye a la seguridad alimentaria de la población rural de escasos recursos (Chauca, 1997). Siendo un producto alimenticio nativo, de alto valor nutritivo y bajo costo de producción.

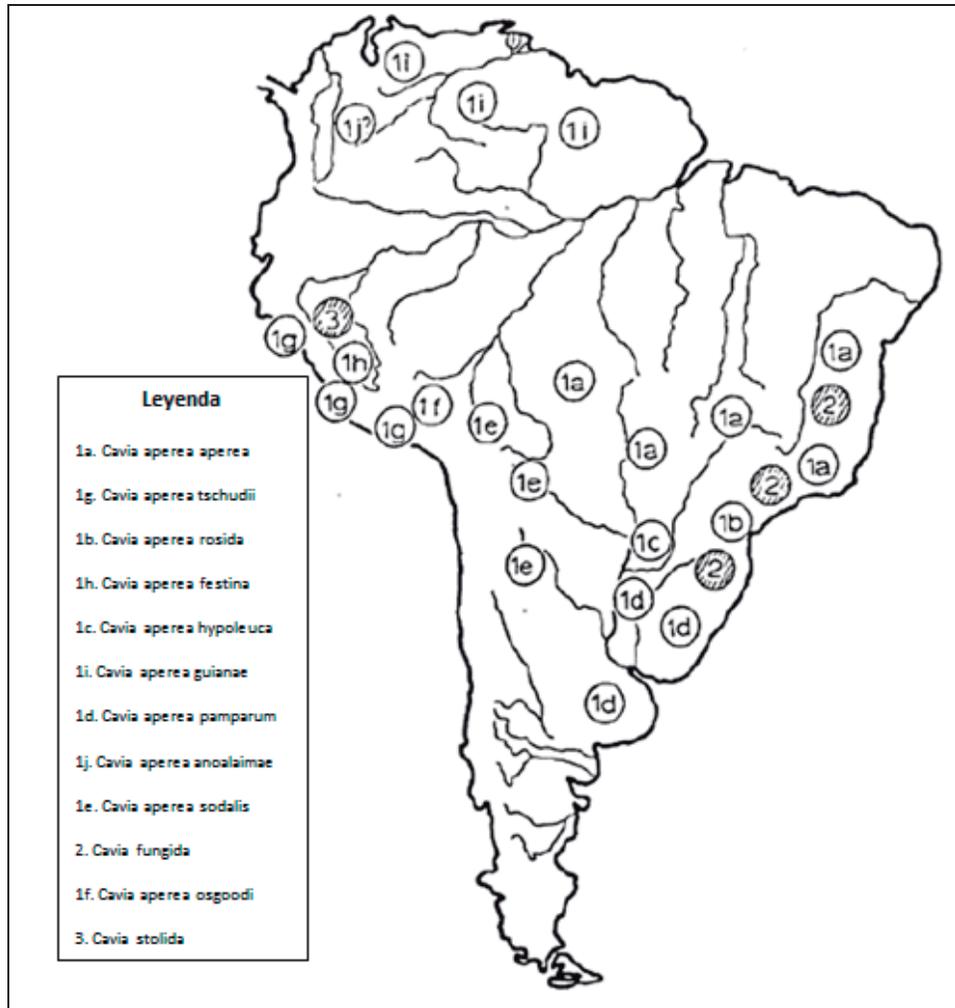


Figura 1: Distribución de Cavia en Sudamérica

Fuente: Chauca, (1997).

La carne de cuy presenta ventajas en su composición en relación con otros animales. Estudios realizados por la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM) indican que posee un alto nivel de proteínas, minerales y bajos índices en grasas; tal como se aprecia en el Cuadro 1, sobre la comparación de contenido nutricional de diferentes carnes, elaborado por Sarria (2005) el cual resalta igualmente su gran valor nutritivo.

El cuy, como producto alimenticio nativo, de alto valor proteico, es bajo en grasas, contiene alta presencia de sustancias esenciales para el ser humano como el Ácido graso araquidónico (AA) y el Ácido graso docosahexaenoico (DHA), cabe resaltar que dichas sustancias no se encuentran en otras carnes, estas sustancias son importantes para el desarrollo de neuronas, membranas celulares (protección contra agentes externos) y forman el cuerpo de los espermatozoides, asimismo cuenta con minerales, vitaminas y conserva un

alto aporte en hierro (cuyo proceso de desarrollo está directamente ligado a la dieta alimentaria de los sectores sociales de menores ingresos del país), en comparación con otras carnes, por lo que podría combatir la anemia y la desnutrición en gestantes y recién nacidos, tal como se menciona en el documento Perfil Comercial Cuy, del Organismo Público Sierra Exportadora (2013).

Cuadro 1: Comparación de contenido nutricional de diferentes carnes

Espece	% Proteína	% Grasa	Calorías por kilo
Cuy	20,3	7,8	960
Conejo	20,4	8,0	1 590
Cabra	18,7	9,4	1 650
Ave	18,2	10,2	1 700
Vacuno	18,7	18,2	2 440
Porcino	12,4	35,8	3 760
Ovino	18,2	19,4	2 530

Fuente: Sarria (2005)

Es una carne apta para todos los grupos poblacionales (niños, adolescentes, mujeres, deportistas, personas adultas y de la tercera edad) y en diversas situaciones fisiológicas, como por ejemplo el embarazo o la etapa de lactancia, por lo tanto puede constituirse en un elemento de gran importancia para contribuir a solucionar las dietas alimentarias de nuestro país (Gil, 2007). Además, la carne también es apreciada por sus características de suavidad, palatabilidad, calidad proteica y digestibilidad, y ofrece una serie de beneficios nutricionales para quien la consume.

Su bajo contenido en grasas lo hace consumible por personas que padecen de obesidad y enfermedades cardiovasculares (siempre y cuando su ingesta sea con moderación). La Organización Mundial de la Salud (OMS) indica que las enfermedades cardiovasculares causan más de 17 millones de muertes en el mundo cada año y representan la mitad de todas las muertes en los Estados Unidos y otros países desarrollados (Flores, 2003) por lo que el consumo de la carne de cuy podría ser una buena opción para la alimentación diaria.

Además, la información expresada líneas arriba serviría como estrategia de consumo a los productores de carne de cuy; de modo que permita acceder a nuevos segmentos de mercado incluso para aquellos en regímenes de adelgazamiento, a nivel local sin ningún inconveniente de considerarla “carne exótica” en el mercado mundial.

No obstante, hoy enfrenta un serio inconveniente - su precio es aún elevado – restringiendo su consumo masivo, pero a cambio de ello, ha conquistado nuevos consumidores a través de sus distintas presentaciones gastronómicas, con lo que se está superando barreras culturales que limitaron su consumo. (Gil, 2007)

2.4 Mercado local

Oferta:

Respecto a este punto aún no se cuenta con información real y confiable de oferta de carne de cuy a nivel nacional. Hay estimados que indican una oferta de 16 mil 500 TM anuales (DGPA-INIA, 2003) y cálculos estimados en base a una saca de 65 millones de cuyes (INIA) producidos por una población estable de 22 millones de cuyes dan por resultado 26 mil TM de carne al año (0.4 kg promedio de carne por cuy).

El mayor porcentaje de cuyes proviene de crianzas familiares que se dedican a la cria de este animal para autoconsumo y no de granjas productivas ni del comercio empresarial, asimismo el consumo per cápita –que asciende a 1 kilo por año (alrededor de 2 cuyes)- está restringido debido a la poca oferta que existe de dicho producto.

Demanda:

Según Ordoñez y Martos (2002) se encontró una **Demanda Insatisfecha Actual**, la cual se muestra en el Cuadro 2.

El consumidor tradicional normalmente adquiere la carne de cuy en granjas, mercados mayoristas y minoristas, restaurantes y en fiestas tradicionales en fechas especiales y la consume en el entorno familiar o con amistades cercanas. Su preferencia es por platos típicos y, en algunos casos, se encarga personalmente del beneficio y la preparación misma de la carne de cuy. Sin embargo, existe un nuevo segmento de consumidores que de igual modo gustan del alimento tradicional, pero su acceso es a través de nuevos canales de comercialización.

Algunos estudios efectuados para Lima sobre la base de 1'408,248 hogares indican un mercado potencial de 73.3% y solo un 3,7% de mercado penetrado (Ordoñez, 2003). En ciudades grandes como Lima el 95% de la población está desabastecida de carne de cuy, indica el jefe de la granja de animales menores de la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM), José Sarria Bardales, en una entrevista del presente año.

Cuadro 2: Oferta y demanda de la carne de cuy en Lima Metropolitana

Oferta / Demanda	Mercado Potencial	Mercado Disponible	Mercado Penetrado
	TM (%)	TM (%)	TM (%)
Oferta Anual	140 (2.4)	140 (5.7)	140 (64.2)
Demanda *	5,956 (100)	2,457 (100)	218 (100)
Demanda Insatisfecha Anual	5,816 (97.6)	2,317 (94.3)	78 (35.8)

Fuente: Ordoñez (2003)

* Demanda en TM, obtenido a un valor de S/. 20.0 el Kg. de carne de cuy, lo que equivale a los S/. 10.00 pagados por animal beneficiado (560 gr.)

Mercado Interno (Lima)

A modo de referencia tenemos que los principales lugares donde se coloca la carne de cuy en Lima:

- CENTROS DE ACOPIO (MALLEROS): Mercado Pocitos, Mercado Central, Parada.
- SUPERMERCADOS: Plaza Veá, Metro, Wong, Tottus
- RESTAURANTES: Restaurantes del segmento A, Hoteles y restaurantes campestres: Cieneguilla, Huachipa, etc.
- MERCADOS LOCALES: Lince, Jesús María, etc.

Los mercados locales, a pesar de ser los lugares más interesantes para los productores, son incipientes vendiendo por lo general animales muy heterogéneos procedentes de la Sierra del Perú.

Los restaurantes campestres se ubican principalmente en las zonas de Cieneguilla y Pachacamac, donde igualmente se concentra la crianza de cuyes familiares-comerciales y comerciales. Por esta razón el flujo de comercialización es más corto, llegando el producto, en algunos casos, directamente de la granja. La demanda de los restaurantes es constante y se realiza en forma semanal. El principal criterio de compra es la calidad de la carne. Prefieren carne tierna, de buena conformación, con el peso y tamaño estándar de un animal joven. La venta suele ser de animales vivos (Ordoñez, 2003)

Además, notar que a nivel de los supermercados la venta continúa siendo reducida a pesar de la gran afluencia de público, se demuestra que los supermercados no son un espacio de compra de interés para el consumidor debido fundamentalmente a que el consumidor

prefiere la carne fresca y no la refrigerada y mucho menos congelada y el precio es más alto por carcasa

2.5 FODA del producto

Según el documento Perfil Comercial Cuy, del Organismo Público Sierra Exportadora (2013), tenemos el siguiente FODA del producto:

Fortalezas:

- Producto con altos beneficios nutritivos.
- Conocimientos básicos del producto.
- Tradición productiva en algunas zonas del Perú.
- Desarrollo de razas genéticamente mejoradas.
- Mercado de Reproductores para otros países.
- Programas de investigación con trabajo constante para la especie.
- Prolificidad y fácil manejo.
- Calidad nutricional de su carne, alta en proteína, baja en grasa, sin colesterol.
- Especie con alta productividad de carne (75% de rendimiento de carcasa).
- Requerimiento de poco espacio para la crianza.

Oportunidades:

- Crecimiento económico del País.
- Interés de muchas organizaciones gubernamentales como no gubernamentales en promover el consumo del Cuy.
- Interés de algunas asociaciones en capacitar sobre manejo de negocios.
- Difusión del consumo por turismo.
- Alto precio de venta.
- Preferencias de consumo por carnes con bajo contenido de grasa.

Debilidades:

- Falta de fondos para la inversión en la etapa productiva.
- Población focalizada en Sierra en su mayoría.
- En su mayoría las crianzas son ubicadas entre pobre y baja tecnificación y crianzas de traspatio.
- Falta de promoción para las crianzas de mediana o gran escala.
- Falta de organizaciones de productores consolidadas y representativas.
- Débil acceso a programas de investigación.

- Enfermedades con alta morbilidad y mortalidad.
- Acceso limitado al crédito.

Amenazas:

- Posibles enfermedades en los cuyes.
- Falta de productores de Cuy.
- Preferencia de los consumidores hacia otros productos como la carne de pollo, res, etc.; por desconocimiento de las bondades de la carne de cuy.
- La competencia en el mercado internacional.
- Escaso apoyo del estado para actividades técnicas y de investigación.

Como se puede observar, este FODA muestra las oportunidades para la carne de cuy principalmente en el mercado nacional, en donde por nuestra cultura esta carne es considerada una exquisitez, además de una serie de ventajas intrínsecas a la especie que podrían favorecer el crecimiento de las explotaciones. Sin embargo, también es importante señalar que las mayores debilidades son la falta de tecnificación y de investigación que permita desarrollar sistemas productivos grandes y eficientes.

En las amenazas se introduce la preferencia de los consumidores por otro tipo de carnes, sin embargo, esto es evidente porque la carne de cuy tradicionalmente es una carne de consumo especial y no de consumo masivo como las otras carnes indicadas.

2.6 FODA comercial del Producto

Según el documento Perfil Comercial Cuy, del Organismo Público Sierra Exportadora, tenemos el siguiente FODA Comercial de la carne de cuy:

Fortalezas:

- Producto con imagen tradicional, con proyección en los mercados internacionales.
- Promoción de exportaciones por parte del gobierno peruano.
- La capacidad del cuy para reproducirse rápidamente es positivo para contar con la oferta necesaria para la exportación.
- La carne de cuy es una carne baja en grasa y muy rica en proteínas por lo que su consumo es muy beneficioso para la salud.

Oportunidades:

- El boom de la gastronomía peruana a nivel mundial
- Posibilidad de identificar a nuevos clientes potenciales, siendo más exigentes respecto a la calidad del producto.
- Comunidad latina en el exterior.

- Tratados y convenios con diferentes países por los cuales se disminuyen algunas restricciones para la exportación de este producto.

Debilidades:

- Comercialización deficiente ya que la producción en su mayoría se destina al autoconsumo.
- Falta de conocimientos de muchos productores en lo que respecta a especificaciones técnicas de la carne para la exportación de este producto por lo cual la crianza solo la realizan de manera empírica.
- Falta de promoción de la crianza y consumo de cuy en nuestro país y en el mundo.
- Débiles políticas sanitarias en relación al cuy.

Amenazas:

- Posibles epidemias que afecten a nuestro producto.
- Imprevistos que demoren la llegada del embarque a destino (huelgas, paros, siniestros, fallas del contenedor refrigerado, entre otros).
- Crisis políticas y económicas, que generan inestabilidad en los países.
- Desastres naturales como terremotos, tsunamis, tornados, etc.
- Vulnerabilidad del tipo de cambio.

Respecto a este segundo FODA ligado a la exportación de la carne de cuy, se puede puntualizar que por un lado, el crecimiento económico del país, su apertura a otros mercados y el desarrollo del turismo y la gastronomía peruana son los factores que se esperan puedan facilitar el acceso de la carne de cuy al extranjero.

Por otro lado, dentro de las debilidades se plantea el desconocimiento de las especificaciones técnicas y de acceso de los productores al mercado exterior. Sin embargo, en el FODA no se establecen factores que son muy importantes para establecer una estrategia de desarrollo de la exportación de cuyes, tales como la definición del producto que se comercializa por ejemplo y la deficiencia de los canales de comercialización siempre en manos de intermediarios que se encargan de asegurar el volumen necesario para la exportación.

2.7 La situación de la carne de cuy en la gastronomía peruana y mundial

Dado que el cuy representa un aporte sustantivo a la seguridad alimentaria y nutricional de la población peruana, el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) declaró el segundo viernes de octubre de cada año como el Día Nacional del Cuy. De acuerdo a la resolución

ministerial No. 0338-2013-MINAGRI expedida por la misma entidad, la medida busca revalorar la crianza del cuy y fomentar su consumo en el país.

El plato más conocido, en Lima y todos los departamentos del país, es el picante de cuy, plato típico de la sierra norte. En segundo lugar se sabe preparar el cuy chactado, representativo de la región sur. Cada región del país tiene su propia variedad, ejemplos:

- Arequipa: cuy chactado
- Cusco: cuy frito
- Huancayo: cuy colorado

Asimismo en la UNALM se han elaborado productos novedosos como el “jamón de cuy”. Y otros como salchichas, cuy enlatado en salsa de cacahuete o cuy enlatado en salsa de pachamanca (Figura 2).

La cocina Novo andina es un nuevo estilo culinario surgido en el Perú por el interés de los gastrónomos locales de retomar costumbres alimenticias del pasado prehispánico para recrearlas, rescatando y revalorizando así muchos de los ingredientes autóctonos. En esta recreación de la cocina andina, entran elementos procedentes de otros horizontes culturales como el europeo. Dicho estilo incluye dentro de los insumos utilizados a la carne de cuy.



Figura 2: Cuy Enlatado

Fuente: <http://ricardo.bizhat.com/rmr-prigeds/cuy-enlatado.htm>

Según la revista *The Economist* (2004), en los últimos años la cocina peruana se ha profesionalizado e ingresado junto a la italiana, la china y la francesa al sofisticado club de las más exquisitas del mundo.

III. EXPORTACION DE CARNE DE CUY

3.1 Definición del producto exportable

El producto exportable es la carne de cuy envasada al vacío y refrigerada para consumo humano. Sobre este producto exportable, en Ecuador y Colombia se comercializan carcasas muy grandes entre 0.8 y 1.0 kgs., los *brokers* peruanos también exigen estos pesos técnicos, económicamente no viables, menos aún con precios que casi no difieren de los del mercado interno (Sarria, 2014), eso quiere decir que no hay diferenciación de precio entre la venta la mercado local y venta para exportación. En tanto, las carcasas de Peru cuentan con 0.6 kgs, inferior a los pesos de Colombia y Ecuador.

3.2 Definición de la partida arancelaria

La carne de cuy congelada no tiene partida específica, se clasifica bajo la partida 0208.90.00.00, Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados. Esta partida arancelaria esta vigente desde el año 2002. Antes de esa fecha la carne de cuy congelada se clasificaba bajo la partida arancelaria 0208.90.40.00 (Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados, Las demás) la misma que en la actualidad ya no se utiliza.

Debido a que la carne de cuy se encuentra considerada dentro de una partida arancelaria genérica, y que puede estar siendo exportado bajo una partida arancelaria distinta, es complicado determinar el verdadero volumen de producto exportado. En el Cuadro 3 se visualiza la descripción de la partida arancelaria de la carne de cuy.

Cuadro 3: Partida arancelaria de la carne de cuy

PARTIDA	DESCRIPCION	IMPUESTO GENERAL
0208.90.00.00	Las demas carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados	6.4%

Fuente: Prompex (2006)

3.3 Evolución de las exportaciones peruanas de carne de cuy

En el Gráfico nro. 1, se detallan las exportaciones peruanas desde el año 2002 al 2013 únicamente de carne de cuy bajo la subpartida 0208.90.00.00, es importante señalar que las DUAs (Documento Único de Aduanas) han sido revisadas individualmente para obtener información real sobre la exportación de carne de cuy, ya que al encontrarse en una partida general, esta es también utilizada para otras actividades y otros productos.

Se puede observar que en el año 2007 el valor de las exportaciones fue bastante alto comparado con el resto de los años, llegando a realizar envíos de 149,35 kilogramos por el contrario en el 2009 solo se exportaron 4,023 Kg., con un valor FOB (*Free On Board*) equivalente a US\$ 27,934. Como se puede observar además las variaciones anuales han sido bastante abruptas y últimamente con tendencia a la baja.

Cabe notar que las exportaciones de productos agropecuarios en el año 2013 crecieron en 11,4% por lo tanto no hay relación directa entre la caída de las exportaciones de la carne de cuy y la exportación de productos agropecuarios, es decir, no se puede señalar como una causa de la caída de la exportación un efecto general sino un problema específico al producto.

Asimismo, observamos que el año 2012 muestra el pico más elevado de la exportación de carne de cuy de los últimos cinco años. Del año 2011 al año 2012 se observa un incremento del 25.67%, sin embargo del año 2012 al 2013 se puede observar un decrecimiento del 25.53% (FOB USD), evidentemente concordante con la disminución de kilogramos exportados. En el Cuadro 4 se observan las principales empresas exportadoras de carne de cuy.

Cuadro 4: Principales Empresas Exportadoras Peruanas de la Subpartida 0208.90.00.00 en los últimos años: Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados. En Peso Neto (KG)

EMPRESA	2008	2009	2010	2011	2012	2013
MEGABUSINESS PERU S.A.C		845	6987	9366	17462	13079
THE GREEN FARMER S.A.C	9132	2012	0	348	96	3
ANDINOS FOOD S.A.C		1070	1055	1291	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir de información de ADUANA – Perú.



Gráfico 1: Tendencia de Las Exportaciones peruanas de carne de cuy FOB (USD) – Peso Neto

Fuente: Elaboración propia de información de ADUANAS-Perú

Las empresas que han liderado la exportación de carne de cuy, no solo se dedican a esta actividad, si no que cuentan con otras actividades como actividades principales y que representan mayor ganancia económica para la empresa. Asimismo la empresa The Green Farmer, indicó que no cuentan con pedidos importantes desde el año 2012, por lo que han dejado de exportar dicho producto. Esta empresa ha enviado carne de cuy vía marítima a Japón, como muestra, junto con otros productos propios de la empresa, en el año 2013. Las demás empresas realizan envíos aéreos.

En el Cuadro 5, se describen las principales actividades que realizan las empresas exportadoras, así como productos que exportan al mercado internacional.

Cuadro 5: Actividades de las empresas que se dedican a la exportación de carne de cuy como actividad adicional

EMPRESA	DESCRIPCION	PRODUCTOS
	<p>Del Campo Foods, marca principal de Megabusiness Corporation, empresa importadora y exportadora líder en la comercialización de alimentos procedentes de Latinoamérica. Establecidos en Estados Unidos, Perú, Ecuador y Colombia.</p>	<p>Maíces, ajíes, tubérculos, carnes, humitas, tamales, otros congelados</p>
	<p>The Green Farmer S.A.C., es una empresa agroindustrial peruana, creada con el objetivo de exportar productos étnicos de primera calidad a los inmigrantes peruanos en Estados Unidos, así como a otros países como España, Canadá, Francia, etc.</p>	<p>Congelados, conservas, secos</p>

Fuentes: www.delcampofoods.com y www.thegreenfarmer.com. Elaboración Propia

Adicionalmente en el Gráfico 2 se revisaron las cantidades exportadas por mes durante el año 2013, donde encontramos tres picos marcados en los meses de mayo, julio y diciembre, y la tendencia de enero a diciembre es positiva.

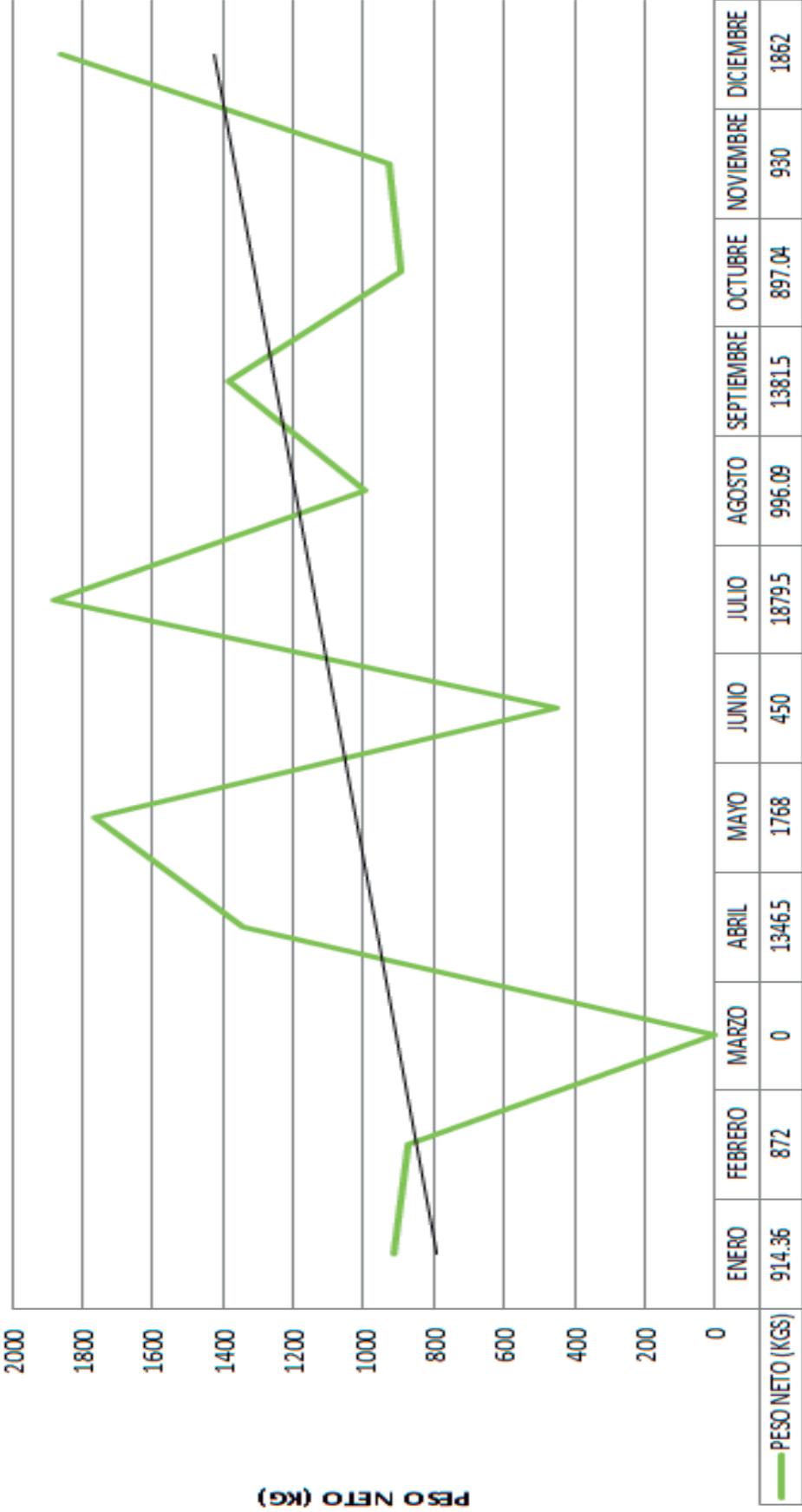


Gráfico 2: Exportaciones peruanas de la Subpartida 0208.90.00.00 durante el año 2013: Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados. En Peso Neto (kg)

Fuente: Elaboración propia a partir de información de ADUANA – Perú

De acuerdo a lo informado por la empresa Del Campo Foods (Megabusiness Peru SAC) los picos importantes en la exportación de carne de cuy a Estados Unidos, son los meses de julio y noviembre debido a los feriados importantes celebrados por las colonias ecuatorianas y peruanas tales como Fiestas Patrias Peruanas y Día de Acción de Gracias, donde este producto es requerido en mayor cantidad.

Durante el año 2014 los envíos se han reducido considerablemente, tal como se observa en el gráfico 3, figurando envíos solo durante los meses de julio, agosto, setiembre y octubre, con un total de 3623.126 kgs, la empresa que ha realizado dichos envíos es Del Campo Foods (Megabusiness Peru SAC). Al entrevistar a los responsables de la exportación se indicó que tienen pedidos por ser enviados para el mes de noviembre y diciembre, aunque difícilmente éstos podrán modificar la tendencia a la baja de las exportaciones.

De permanecer el panorama de esta manera, las exportaciones de carne de cuy estarían sufriendo una drástica caída, por lo tanto las cifras deberán ser revisadas nuevamente a fin de año, pues estaríamos muy próximos a terminar las exportaciones de cuyes, a menos que cambien las condiciones y se hagan más atractivas tanto para exportadores como para los productores.

3.4 Condiciones de envío

El manejo de la temperatura es un punto importante, ya que se trata de productos que requieren mantener una temperatura específica debido a que tienen un alto riesgo por la cantidad de puntos críticos que hay en la cadena logística y que amenazan la cadena de frío, dado que se las presentaciones del producto son carne empacada al vacío tanto carcasa como cortes. El empacado al vacío es un sistema de conservación de los alimentos, que consiste en extraer el aire de la bolsa del producto. Este método conserva sus propiedades nutricionales y aumenta el tiempo de vida útil en anaquel, permaneciendo jugosa, fresca y madurando dentro del envase. No hay deshidratación por lo que esta no pierde peso y se evita la contaminación externa (Brody, 1996)

De acuerdo a la información brindada por las principales empresas exportadoras, la carne de cuy necesita mantenerse a -16C, y por corto tiempo para mantener sus características en estado óptimo. Las empresas han realizado pruebas en contenedores marítimos refrigerados a -20C obteniendo resultados desfavorables respecto a las características de la carne. Esta temperatura es a la que se transportan los contenedores en líneas navieras (tales como Maersk Line, MSC, especialistas en envío de carga fresca y refrigerada a nivel mundial, pudiendo MSC aceptar temperaturas de hasta -18C, pero no menos; Maersk Line tiene lineamientos más estrictos para evitar problemas con la temperatura de la carga, es por ello

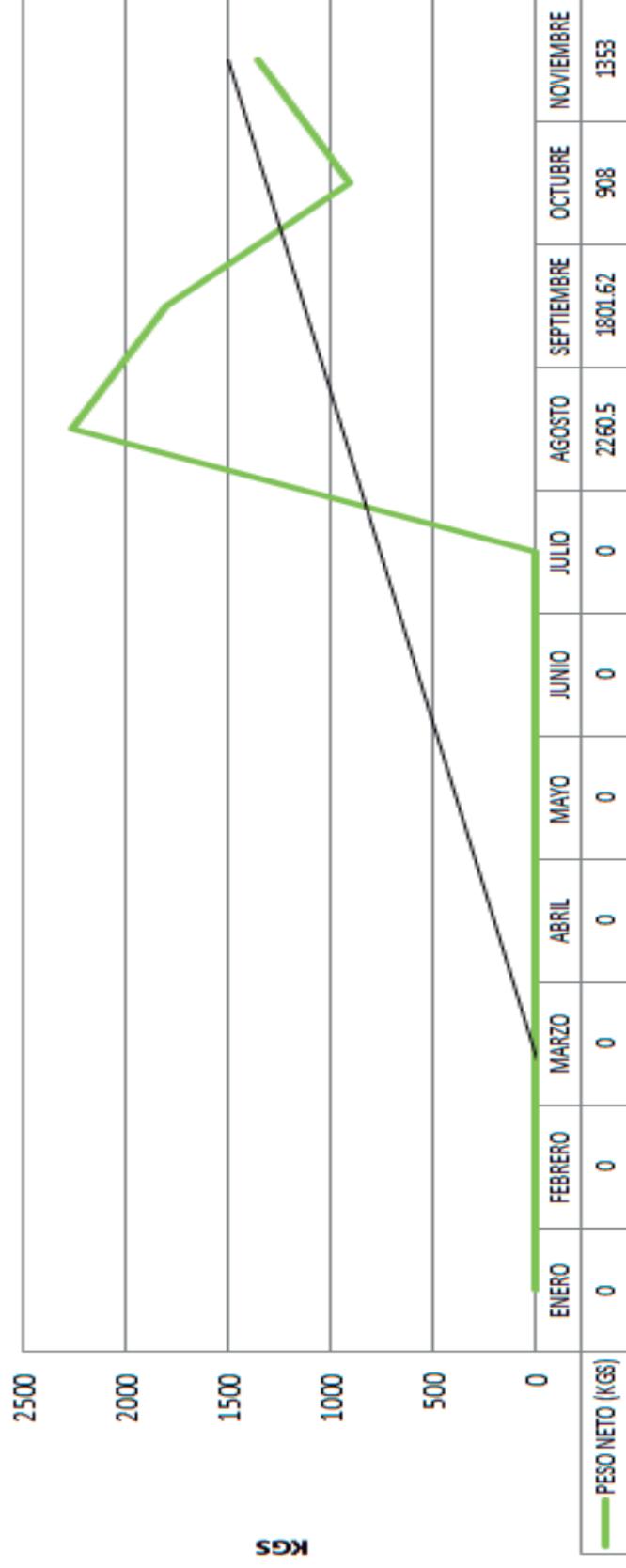


Gráfico 3: Exportaciones peruanas de la Subpartida 0208.90.00.00 durante el año 2014: Las demás carnes y despojos comestibles, frescos, refrigerados o congelados. En Peso Neto (KG)

Fuente: Elaboración propia a partir de información de ADUANA – Perú

que para carga congelada considera -20C), para salvaguardar la preservación de la carga congelada, sin embargo, según lo indicado por los principales exportadores de carne de cuy, las temperaturas mencionada no estaría alcanzando los resultados esperados en cuanto a la calidad de la carne a su llegada a destino.

Por lo tanto, al momento, el transporte internacional se está manejando vía aérea a -16C; con tiempos de transito al lugar de destino, en este caso Estados Unidos; entre tres a cuatro días, y se logra trasladar el producto de manera rápida, frente a los embarques marítimos que toman aproximadamente dos semanas en arribar a destino final (tratándose también de Estados Unidos), y se deben adicionar en ambos casos, tanto aéreo como marítimo entre cuatro y cinco días para el desaduanaje y liberación de la carga, considerando siempre que esta no esté sujeta a inspección por parte de las autoridades aduaneras en el país de destino.

Esto hace que la elección de la vía a utilizar se incline favorablemente a la vía aérea, a pesar de sus costos más elevados, es posible enviar menos cantidad de producto, ya que en la vía marítima sería necesario consolidar un contenedor completo de 40HC Reefer (contenedores para carga fresca o refrigerada) con otros productos adicionales, ya que al momento las cantidades que se están exportando por embarque o pedido fluctúan entre los 400 a 500 kgs, cantidades insuficientes para completar el volumen de un contenedor completo. En el Cuadro 6, podemos observar las condiciones de envío de la carne de cuy hacia el exterior:

Cuadro 6: Condiciones de envío

VIA	TEMPERATURA	TIEMPO DE TRANSITO
	La temperatura optima para el envio aereo es de 16C. Llegada del producto en buenas condiciones	Tiempos de transito cortos, considerando todo el proceso de salida del pais, transporte internacional via aerea y desaduanaje en destino, toma aprox 4 a 5 dias
	Las temperaturas ofrecidas por las lineas navieras flutuan entre -18C a -20C. Las empresas exportadoras han realizado pruebas obteniendo malos resultados respecto a la llegada del producto en condiciones poco optimas.	Tiempos de transito largos, de 12 a 15 dias, adicionando 5 a 7 dias debido al tiempo de espera en origen y el tiempo de desaduanaje en destino

Fuente: Elaboración propia

A continuación se muestran algunas imágenes que permitirán graficar las condiciones intrínsecas a la exportación actual de la carne de cuy (Figuras 2, 3, 4,5 y 6)

Figura 3: Acopio de cuyes para exportación



Fuente: Sarria, (2010)

Figura 4: Beneficio de Cuyes



Fuente: Moncayo, 2012. Citado por Sarria (2014)

Figura 5: Envasado al vacío de una carcasa de cuy



Fuente: Ing. José Jimenez – PERUCUY (2014)

Figura 6: Transporte y desembarque en frigorífico



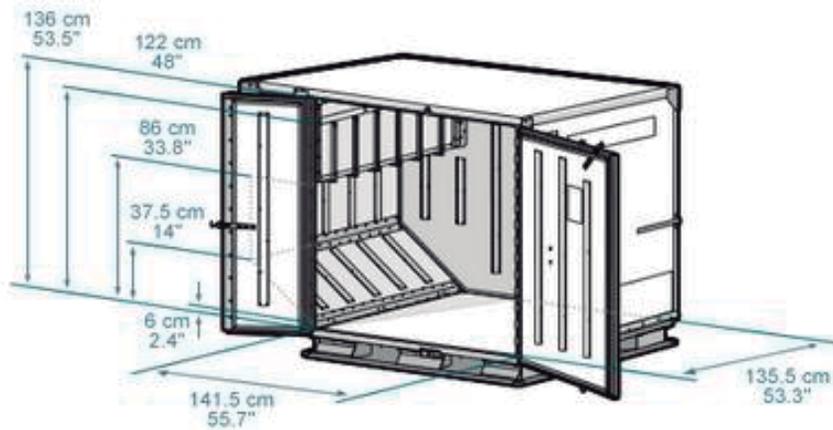
Fuente: Ing. José Jimenez – PERUCUY (2014)

Contenedores Aéreos

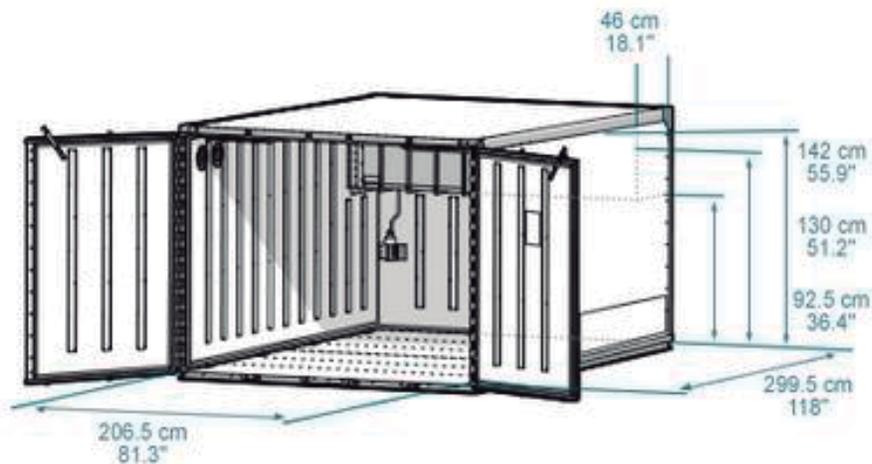
A continuación se muestran los contenedores aéreos refrigerados, los cuales constituyen el contenedor más utilizado para la exportación de carne de cuy debido a que la vía preferida por los exportadores es la vía aérea (Figura 7).

Figura 7: Contenedores para exportación

Container refrigerado Tipo LD-3



Container refrigerado Tipo LD-9



Fuente: www.tibagroup.com

3.5 Mercados de destino

- Estados Unidos

De acuerdo a la información actual, en el exterior, se han determinado nichos de mercado seguro como la colonia latina en Estados Unidos, principalmente ecuatorianos y peruanos residentes en dicho país. Siendo el consumidor ecuatoriano quien más consume este producto, dado el mayor número de ciudadanos ecuatorianos que viven en este país. El producto se expende en la mayoría de los restaurantes ecuatorianos, así como en aquellas actividades deportivo social de tipo latino, que se desarrollan en lugares públicos, donde regularmente se expende cuy a la parrilla.

El mercado de destino es Estados Unidos, específicamente en el estado de Nueva York, tal como asegura el Ing. Mario Gomez, Coordinador de Exportaciones de la empresa DelCampo Foods (Megabusiness Peru SAC, empresa que cuenta con el mayor porcentaje de exportación de carne de cuy en los años 2012-2013 y único exportador en lo que va del año 2014). La carne de cuy que exportan solo tiene como mercado Estados Unidos y la ciudad de ingreso a dicho país es la ciudad de New York, realizándose esta actividad vía aérea.

En este mercado se ha determinado que existe una costumbre de consumo de animales con peso de más de 800 gr. de carcasa, lo cual constituye una particularidad a ser considerada para su atención. Estos pesos de carcasas superiores a 800 grs. se logran con cuyes que pesan más de 1000 gr en peso vivo, por lo que se tendrá que optar por alternativas tecnológicas en los sistemas de crianza que permitan lograr estos pesos (en machos pasados los 2,5 meses surgen peleas que pueden dañar las carcasas). Esta exigencia de peso representa un inconveniente para el criador por lo tanto es necesario considerar jaulas o pozas individuales. Otra alternativa es la crianza de solo hembras hasta más de los 3 meses en que se alcanzan los pesos requeridos por este mercado.

El mercado externo es actualmente un mercado con dificultades de acceso, sobre todo para pequeños productores en forma individual; es un mercado en el que vienen participando personas con experiencia de exportación con otros productos, así como *brokers* quienes tienen contacto con las empresas importadoras de productos peruanos en el país de destino y que además cuentan con el respaldo económico para afrontar los gastos y riesgos que implican el realizar una exportación. Por lo tanto, quien realiza el negocio y el contacto finalmente son estos actores, y no el productor de cuyes, salvo que se trate de una explotación a gran escala y cuente con los contactos y conocimientos necesarios del mercado de destino.

Por otro lado, las exigencias del mercado externo también van por el lado de grandes volúmenes sostenidos de abastecimiento y producto de calidad estandarizado, lo cual aún no es posible garantizar, salvo en volúmenes pequeños.

De acuerdo al Ing. Jose Jimenez, Gerente General de Peru Cuy, el mercado de Estados Unidos, es muy exigente en cuanto al peso, y dificulta la exportación a los productores ya que contar con las pozas individuales para pasar los animales que alcanzaron la edad de 2.5 meses, representa un gasto de instalación importante, y un sobre costo para el criador ya que la curva de crecimiento del cuy se reduce con el tiempo es decir, a mayor edad del animal, muestra mayor consumo y menor incremento de peso, con un efecto directo en los costos de producción, y este costo disminuye el margen que podría recibir de una exportación.

Cuadro 7: Comparativo de carcasa según mercado de destino

	PESO CARCASA ACEPTADO GRS	MARGEN POR ANIMAL VENDIDO S./
VENTA CUY PERU	500 - 600	3
VENTA CUY USA	800 - 1000	4

Fuente: Elaboración propia a partir de información del Ing. Jose Jimenez

Como se puede observar en el Cuadro 7, a pesar que el mercado de Estados Unidos solicita animales con mayor peso, el margen por dicho peso adicional no es significativo, lo que propicia que los productores prefieran vender el producto para consumo local y no para el mercado internacional.

Cabe mencionar que para la exportación a Estados Unidos, es importante considerar que una vez llegado el producto; ya sea por vía aérea o vía marítima; en el caso de tratarse de un exportador nuevo, o de encontrarse en momentos en los que las Aduanas (que trabajan interconectadas) desean ubicar exportaciones de sustancias prohibidas en un periodo de tiempo determinado, el contenedor refrigerado puede ser solicitado para inspección por la Aduana Norteamericana, iniciando las inspecciones con el *Vacis Exam*, el cual es un examen inicial de rayos X, cuyos los costos van aproximadamente para carga suelta de \$120 a \$150 por metro cubico (sin contar con días de almacenaje y frio adicionales), y en caso de contenedores de 40 pies aproximadamente \$500, todos estos cargos adicionales deben ser cancelados por el importador (consignatario) para que el contenedor quede liberado, y de acuerdo a los términos de pago pactados con el exportador, dichos cargos se podrían trasladar al exportador en Peru.

En caso de no encontrar elementos sospechosos, el contenedor será liberado, teniendo la Aduana Norteamericana, un periodo de tiempo entre 1 día a 45 días para liberar la carga. Es

importante saber que ninguna institución o embajada tiene injerencia sobre las decisiones de la Aduana Norteamericana, y después de efectuada la inspección el consignatario no recibe ningún reporte o especificación sobre la inspección, salvo los costos a cancelar.

Es importante considerar este punto ya que las cargas refrigeradas son susceptibles a inspección tanto en origen como destino, sobre todo si se trata de primera exportación, debido a la naturaleza del contenido de los contenedores refrigerados, y la vulnerabilidad de las características que deben mantener los productos contenidos dentro de los mismos, no suelen ser inspeccionados, y esto es usado por las organizaciones que se dedican al tráfico ilícito de drogas. En caso de presentarse una inspección, se reduciría notablemente el margen de ganancia de la exportación, pero es también válido mencionar que una vez que ingresa el nombre de la empresa, las inspecciones ya no se realizan por la trayectoria y el prestigio de la empresa que realiza la exportación a dicho mercado.

Para la exportación de carne de cuy a Estados Unidos es importante tomar en cuenta las siguientes restricciones:

- **Cuantitativos (cuotas):** No hay cuotas
- **Sanitarias:** requisitos de carácter general aplicados a todos los alimentos, como aquellas referidas al etiquetado, nivel de residuos de medicinas y químicos, cumplimiento de los requerimientos sanitarios de producción, etc.

Es muy importante notar que la carne de cuy debe encontrarse libre de salmonella y parásitos. Asimismo es necesario que no se beneficie torciéndole el cuello y el corte no debe realizarse a partir del ano.

Es importante notar que la carne de cuy no se encuentra regulada por el “*Food Safety and Inspection Service*” (FSIS) por ser considerada carne especial o “*gamemeat*” sino que se encuentra regulada por la Administración de Productos Alimenticios y Farmacéuticos (FDA). No existe prohibición para la importación de esta carne, sin embargo este producto deberá cumplir con las regulaciones de etiquetado que establece esta entidad y haber sido procesado de una manera segura y siguiendo los estándares sanitarios necesarios.

Los productos importados regulados por el FDA están sujetos a inspección en la fecha de su entrada a la aduana estadounidense, aquellos que no se encuentran conforme a ley y reglamentos están sujetos a modificación, destrucción o reexportación.

La recomendación es en este caso que se someta una solicitud a la oficina central del FDA con el fin de obtener una opinión o “*Ruling*” por parte de ellos. Esta solicitud debe tener

información completa sobre el tipo de carne, la forma en que fueron alimentados los animales, y de ser posible deberá someterse una muestra de la etiqueta.

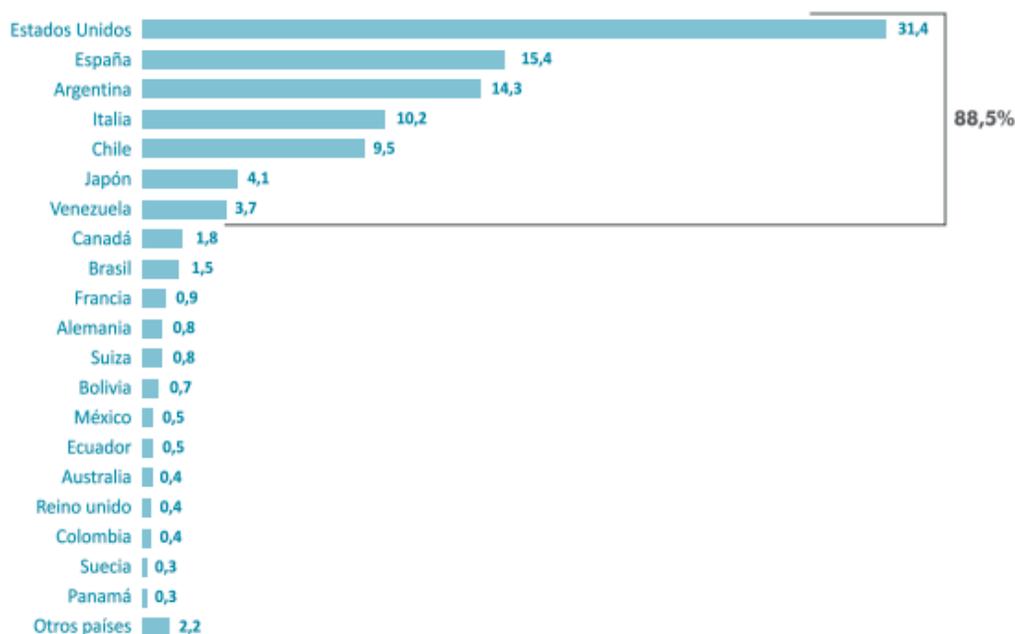
En las etiquetas debe ir toda la información necesaria e imprescindible en inglés: características del producto, tamaño, instrucciones de uso, precio, recetas, marca, registros, peso, fecha de producción, fecha de vencimiento y cantidad.

- **Otros países de destino:**

Tomando en consideración los países en donde existen colonias ecuatorianas y peruanas, según el gráfico 4 y cuadro 8, se considera que mercados de destino a explorar para la exportación de cuyes podrían ser España, Italia y Japón.

Gráfico 4:

PERÚ: EMIGRACIÓN INTERNACIONAL DE PERUANOS, SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA, AL 2013 (%)



Fuente: Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC).

Elaboración: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

En el caso de Chile, la exportación a este país podría ser interesante, si tomamos en cuenta que los costos de transporte no serían elevados, por otro lado, se tiene conocimiento que existe un interés importante en la cocina peruana y considerando la gran cantidad de migrantes tanto ecuatorianos como peruanos, se podría explotar este mercado.

Cuadro 8: Ecuador: Emigración Internacional de Ecuatorianos según país de residencia al 2010

	EMIGRANTES	DISTRIBUCIÓN
España	126.574	45,1 %
Estados Unidos	80.080	28,6 %
Italia	22.088	7,9 %
Chile	4.955	1,8 %
Colombia	3.916	1,4 %
Venezuela	3.488	1,2 %
Argentina	2.884	1,0 %
Canadá	2.295	0,8 %
Alemania	1.785	0,6 %
Bélgica	1.781	0,6 %
Resto del mundo	15.851	5,7 %
Sin especificar	14.740	5,3 %
TOTAL	280.437	100 %

Fuente: INEC, CPV 2010. **Elaboración:** las autoras.

En el caso de España e Italia, estos dos son los países con mayor población de migrantes ecuatorianos y peruanos de toda Europa, en este caso, se debe cumplir con los requisitos sanitarios que indica la Unión Europea y que son difíciles debido a que las elevadas exigencias sanitarias de dichos países ya que son las regulaciones en torno a la sanidad alimentaria son muy estrictas.

Japón es un país interesante pues aparte de la colonia de peruanos que es importante, aunque no tanto la de ecuatorianos, en Japón hay siempre un interés por las carnes exóticas por lo que el consumo de carne de cuy podría ser una alternativa, sobretodo tomando en cuenta que en el Ecuador el cuy es considerado un producto afrodisíaco. Por esta razón hace un año se realizaron envíos de muestras de carne de cuy congelada empacada al vacío, sin embargo los pedidos no se concretaron por causas desconocidas, quedando frustrados los intentos por ingresar a este mercado.

Otros países asiáticos

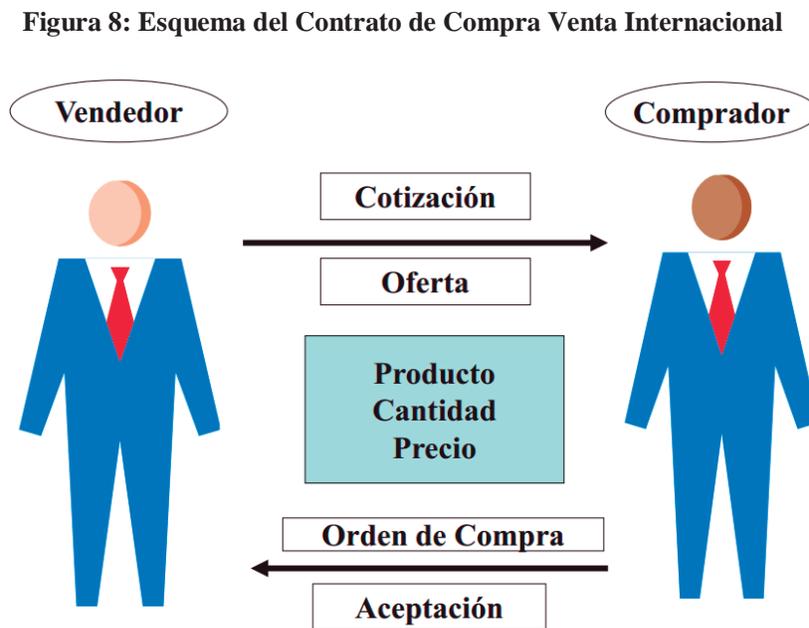
Por la misma razón que en Japón otros países como Corea del Sur podrían ser lugares a explorar para la exportación de carne de cuy dado el interés por consumo de carnes exóticas, por lo tanto serían una opción a analizar para dicha actividad.

Respecto a China este mercado es muy exigente, sin embargo es un buen blanco para quienes deseen expandir los mercados de la carne de cuy y sus productos procesados, ya que una vez que se superen todas las exigencias sanitarias (la información se encuentra en el

Estudio para la identificación de requisitos, acceso al mercado y regulaciones para el ingreso de productos alimenticios a China, Fuente SIICEX), sería una buena oportunidad de negocio para los productores de carne de cuy, incentivando la producción a tecnificada y estandarizada para poder cubrir la demanda, ya que de acuerdo a lo comentado por el Ing. Jose Jimenez, se han recibido pedidos grandes que no pudieron ser cubiertos en su momento con la producción generada.

3.6. Documentación requerida para la exportación de carne de cuy

El primer documento necesario para la exportación es el Contrato de Compra Venta Internacional es un texto impreso donde encontramos las condiciones generales de venta y es especialmente útil para las empresas de tamaño pequeño o mediano, tal como la mayoría de los productores de cuyes, y es firmado por el exportador e importador . Este contiene las características y provisiones de la transacción comercial externa, e incluye las condiciones de transporte, seguro y entrega, términos de pago (*Incoterms*), así como el tipo de cotización (Figura 8).



Fuente: Miyagusuku (2011)

El contrato debe contar con la siguiente información:

- Nombre completo del embarcador
- Dirección
- RUC
- Numero de Factura
- Cantidad
- Descripción del producto, presentación y cantidades
- Modo de envío
- Precio por Kg o por tipo de presentación
- INCOTERM
- Forma de Pago, en este caso, por tratarse de un punto crítico para primeros envíos trabajar con carta de Crédito es una buena opción, de lo contrario que sea por adelantado para el envío.
- Firma y sello de ambas partes

Todos los puntos detallados son muy importantes, ya que de este modo se evitaran confusiones.

Después del contrato de Compraventa Internacional, cuya importancia es vital para el exportador, para la exportación de carne de cuy es necesaria la siguiente documentación comercial ya que esta actividad implica diversos permisos y documentación:

- Factura comercial: redactada en inglés si el país de destino no es hispanohablante. Dado que el mercado de destino es principalmente Estados Unidos, tendrá que estar en inglés.
- Lista de empaque o Packing List: Documento en el cual los artículos embalados se encuentren detallados por bultos, con la respectiva indicación de las unidades contenidas en cada uno.
- Conocimiento de embarque (B/L, AWB, WB): Un documento que certifica que las mercancías han sido recibidas por el transportista, ya sea vía aérea o marítima, en el caso de la exportación de carne de cuy será usualmente vía aérea es decir Air Waybill.
- Certificado de origen: documento que certifica que la mercancía fue elaborada en el Perú, permite acogerse a beneficios arancelarios, el importador será responsable de presentar el certificado de origen para solicitar tratamiento preferencial para una mercancía importada al territorio. Asimismo, es necesario considerar dos escenarios:
 - a) Si es enteramente producido en el Perú y los insumos utilizados en su producción son originarios de Perú o EE.UU.; es decir, que el cuy congelado es nacido y criado completamente en el Perú.

- b) Si es enteramente producido en el Perú y los insumos utilizados en su producción no son originarios de Perú o EE.UU.; en este caso, se deberá revisar el Requisito Específico de Origen (REO), el cual indica que el producto podrá ser considerado originario si los insumos utilizados en su producción se clasifican en cualquier capítulo diferente del correspondiente al producto final, en el caso del cuy congelado, cualquier capítulo distinto del 02 del TLC.

Si el cuy congelado cumple con cualquiera de estos dos puntos, se podrá considerar como producto de origen peruano. Debe considerarse que los envases y material de empaque para venta al por menor, si están clasificados con el producto, no se tomarán en cuenta para determinar el origen de este producto.

Adicionalmente, se permite el trasbordo (ya sea en casos tanto aéreo como marítimo) siempre que no se altere la naturaleza del producto y no salga del recinto aduanero del país de trasbordo, lo cual debe estar sustentado con la documentación oficial respectiva. Los materiales indirectos serán considerados como originarios independientemente del lugar de su producción. Una vez determinado si la mercancía cumple con la regla de origen, se debe solicitar el trato preferencial a través de una certificación escrita o electrónica emitida por el importador, exportador o productor o el conocimiento del importador de que la mercancía es originaria, incluyendo la confianza razonable en la información que posee el importador de que la mercancía es originaria.

Además es necesario tener en cuenta que el contenido de estos documentos, será comparado entre sí, no debiendo existir discrepancias que pueden conllevar a inspecciones de la carga en origen, las cuales conllevan costos adicionales para el exportador, al mismo tiempo dichas inspecciones pueden evitar que la carga salga en la fecha y hora planeadas, lo cual estaría igualmente incrementando los costos (costos adicionales de almacenaje y frío, que estarían encareciendo el producto y disminuyendo el margen de ganancia), y adicionalmente deteriorando la relación comercial con el importador al no cumplir con los tiempos pactados en los acuerdos previamente establecidos.

Para la exportación de productos en el Perú existen dos canales de control a los que se somete la mercancía, son los siguientes:

- a) Naranja: La mercancía queda expedita para su embarque.
- b) Rojo: Requiere de revisión documentaria y de reconocimiento físico. Se verifica la naturaleza, valor, peso o medida de la mercancía. Asimismo, se verifica que haya sido correctamente clasificada.

La documentación comercial requerida en los países de destino es la siguiente:

- Certificado fitosanitario o zoosanitario: documento que certifica que las plantas o vegetales frescos o productos de consumo se encuentran libres de plagas, otorgado por Senasa.
- Certificado CITES: documento necesario para exportar madera, flora y fauna silvestre.
- Otros documentos: emitidos a petición del importador y según el país de destino. Pueden ser certificados de calidad, de inspección pre-embarque, complementarios a los certificados sanitarios, etc.

Es importante notar que este certificado es solicitado por el importador, y es posible que no lo solicite, sin embargo es necesario por si sucediese algún imprevisto con la carga, tal como el caso de envíos marítimos como aéreos, en caso de falla técnica (tales como falla del contenedor refrigerado) o temas operativos en el terminal en el país de transbordo, la autoridad aduanera de dicho país tiene la potestad de solicitar la documentación que considere necesaria, siendo este documento el primero en ser solicitado para realizar reparaciones tanto en el contenedor como trasegados, junto con la factura comercial del embarque. En caso de no contar con dicho certificado, la mercadería puede ser retenida en país de transbordo, acumulando días de frío y almacenaje los cuales, dependiendo del Incoterm utilizado para dicha exportación, tendrán que ser asumidos por el exportador o el importador (consignatario), ocasionando disminución del margen, además de los inconvenientes en la relación comercial.

Asimismo, sobre este certificado para dicho producto, ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) indica lo siguiente:

“Carnes y menudencias de los animales de abasto para consumo humano: bovinos, bufalinos, ovinos, camélidos sudamericanos domésticos (llamas y alpacas), caprinos, porcinos y équidos (caballar, asnal, burdégano y mular), conejos, cuyes y aves de corral. Inspección sanitaria a cargo del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA). Decreto Supremo N° 22 de 9/IX/95. Ministerio de Agricultura. Reglamento Tecnológico de Carnes”

Aparte de todos los documentos mencionados previamente es necesario que el exportador considere asegurar su carga para evitar correr riesgos en caso de cualquier imprevisto, tal

como recomienda Ana Miyagusuku (2011) del Departamento de Asesoría Empresarial y Capacitación de Prom-Perú.

- Póliza de seguro individual: Cubre un solo envío, Ampara un cargamento específico, vuelo, embarque, exportación, importación. Se emplea en aquellos casos en que los embarques son costosos o que el cargamento va a lugares diferentes o comprende productos y transportadores diversos.
- Póliza de seguro global o flotante: También conocida como Póliza Cubierta, ampara a todos los envíos sucesivos del asegurado. El contrato se hace generalmente por tiempo indefinido hasta que una de las partes comunique a la otra su caducidad.

IV. CONCLUSIONES

- Estados Unidos ha sido el principal comprador de la carne de cuy, dado que existe alta demanda del producto debido a que concentra una importante cantidad de peruanos, ecuatorianos, colombianos y bolivianos
- Sobre la tendencia de las exportaciones peruanas de carne de cuy entre los años 2002 y 2013, a pesar que se nota una tendencia al incremento, podemos mencionar que es una tendencia errática y con los bajos resultados del año 2014, las expectativas para las exportaciones de este producto son negativas.
- La exportación de carne de cuy ha caído en un 25% respecto al año pasado, y durante el año 2014 solo se ha registrado actividad en la exportación de esta carne durante los meses de julio, agosto, setiembre y octubre, se colige que la actividad continúa reduciéndose, a pesar de la promoción de la actividad en distintos medios.
- Existe una sola empresa que se mantiene realizando la exportación de carne de cuy, Megabusiness Peru SAC, las demás empresas que se dedicaron a esta actividad en los años anteriores han decidido dejar de hacerlo y en los casos más críticos, se encuentran en baja de oficio.
- Las empresas involucradas en la actividad de producción de cuy, consideran que la exportación es complicada, debido a los controles e inspecciones que podría pasar el producto en el país de destino y además el margen de ganancia es mínimo, comparado con la venta interna.
- Para la Exportación de carne de cuy la vía preferida es la vía aérea, por los tiempos de tránsito cortos y aceptación de volúmenes pequeños, a pesar de sus elevados costos en comparación con la vía marítima.
- Actualmente no existe una empresa que se dedique únicamente a la actividad de exportación de carne de cuy, debido a que la venta y comercialización de otros productos resultan más rentables
- La potencialidad de la carne de cuy radica en sus características, que al momento, no han sido explotadas ni trabajadas en su totalidad, siendo altamente atractivo su alto contenido de proteína y bajo contenido de grasa.

V. RECOMENDACIONES

- Es recomendable identificar la ubicación de las colonias ecuatorianas y peruanas en los diferentes países en las que se encuentran, para tenerlas en consideración como futuros mercados.
- Asimismo se recomienda realizar estudios de mercado en los países de destino que permitan establecer con claridad la demanda del producto, las percepciones de los consumidores y las condiciones sanitarias y de calidad requeridas.
- Se vuelve necesaria la definición de un producto viable para los sistemas productivos desarrollados en el Perú estableciendo para éste un precio diferenciado y un sistema de promoción específico que permita su posicionamiento sobre otros productos a base de cuy

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Archivos Latinoamericanos de Producción Animal. 2007. XX Reunión ALPA, XXX Reunión APPA-Cusco-Perú. Vol. 15 (Supl. 1).

BAILY, M.; 2004. Just add spice. disponible en <http://www.economist.com/node/2388773>

BRAUNWARTH; 2004. Peruvian cuisine, A guinea pig for all tastes and seasons; disponible en The Economist <http://www.economist.com/node/2926169>

BRODY, A; 1996. Envasado de alimentos en atmosferas controladas, modificadas y al vacío. Editorial Zaragoza. España

CABRERA, A; 1953. Los roedores argentinos de la familia Caviidae. Ministerio de Educación, Facultad de Agronomía y Veterinaria, Universidad de Buenos Aires. Argentina.

CAHILL, J. 1997 “Caracterización del cuy nativo Boliviano” Facultad Biología -Universidad de San Simón Cochabamba, Bolivia.

CHAUCA Z, L. 1997. Producción de cuyes (*Cavia porcellus*). Estudio FAO. Roma – Italia. 138p.

CHIRINOS, O. ; MURO, K. ; CONCHA, W.; OTINIANO, J. ; QUEZADA, J.; RÍOS, V. 2008. Crianza y comercialización de cuy para el mercado limeño. – Lima :Universidad ESAN

FLORES, J. 2003; Factores de riesgo asociados a enfermedad cardiovascular municipio de San Sebastian, departamento de Retalhuleu

GIL, V. 2007. Importancia del cuy y su competitividad en el mercado. En: XX Reunión

ALPA. Cusco: Asociación Latinoamericana de Producción Animal.

MIYAGUSUKU, A. 2011. El proceso de exportación y las oportunidades comerciales para los alimentos. Promperu. Lima, Perú.

MORENO, A.; 1994; Producción de Cuyes; Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima-Perú.

ORDONEZ, R. 2003. Plan de Introducción de la carne de cuy en Lima Metropolitana, estudio de mercado y propuesta empresarial. CENTRUM. PUCP. Lima. Perú.

ORDOÑEZ, R., MARTOS, A. 2002; Estudio de Mercado: Oferta, Demanda y Comercialización de la Carne de Cuy en la Ciudad de Huancayo, Departamento de Junín; Instituto Ecológico para el Desarrollo; Lima-Perú

PENA, S. 2007. Estudio de la Comercialización de Cuyes en una Región Andina. Tesis fin de carrera, Escuela Técnica Superior De Ingenieros Agrónomos – Madrid.

Perfil comercial del cuy, documento Perfil Comercial Cuy, del Organismo Público Sierra Exportadora (2013), disponible en http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

PROMPERU (antes Prompex) <http://www.siicex.gob.pe/promperustat/>

Restricciones y Prohibiciones para el ingreso y salida al país de las mercancías de la Subpartida Nacional 0208.90.00.00, disponible en
:<http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias?accion=buscarPartida&esframe=1>

SARRIA, J. 2005. Producción comercial de cuyes. Lima: Universidad Nacional Agraria La Molina.

SARRIA, J. 2014. Falta de manejo técnico y de gestión frena consumo de carne de cuy, disponible en: <http://agraria.pe/noticias/%E2%80%98falta-de-manejo-tecnico-y-de-gestion-frena-consumo-de-carne-de-cuy%E2%80%99>. Consultado en Noviembre 2014.

Transporte aéreo refrigerado o congelado. Disponible en <http://www.tibagroup.com/es/transporte-aereo-refrigerado-congelado>