

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**CARRERA DE ECONOMÍA**



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE ECONOMISTA

TEMA

“LA PRODUCCIÓN DE CUYES Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS  
ECONÓMICOS DE LAS FAMILIAS PRODUCTORAS DE ESPECIES  
MENORES DE LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA, PROVINCIA DE  
TUNGURAHUA”

**AUTOR:** Ana Raquel Borja Ulloa

**TUTOR:** MSc Marcelo Mantilla

Ambato – Ecuador

2015

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre “LA PRODUCCIÓN DE CUYES Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS ECONÓMICOS DE LAS FAMILIAS PRODUCTORAS DE ESPECIES MENORES DE LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentado por Ana Raquel Borja Ulloa, estudiante de la carrera de Economía, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por los Miembros de la Comisión de Calificación

Ambato, 09 de febrero del 2015

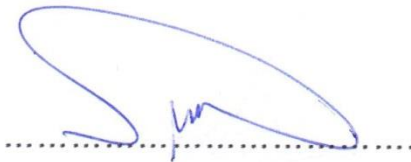
**EL TUTOR**  
  
-----  
**MSc. Marcelo Mantilla**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADO**

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación:

“LA PRODUCCIÓN DE CUYES Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS ECONÓMICOS DE LAS FAMILIAS PRODUCTORAS DE ESPECIES MENORES DE LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, 09 de febrero del 2015



**Ana Raquel Borja Ulloa**

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA  
CARRERA DE ECONOMÍA  
**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Informe de Investigación, sobre el tema: “LA PRODUCCIÓN DE CUYES Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS ECONÓMICOS DE LAS FAMILIAS PRODUCTORAS DE ESPECIES MENORES DE LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, presentado por Ana Raquel Borja Ulloa, estudiante de la carrera de Economía.

Ambato, 09 de febrero del 2015

Para constancia firman



Eco. Álvaro Vayas

PROFESOR CALIFICADOR



Eco. Washington Romero

PROFESOR CALIFICADOR



Eco. Diego Proaño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

## **DEDICATORIA**

Este esfuerzo es la respuesta a la abnegación y amor de mis padres José Vicente Borja y Carmen Amelia Ulloa; ustedes han sido el pilar fundamental en mi vida, para que hoy en día yo haya alcanzado una de mis metas.

Sin dejar un lado a las personas que más amo; mi esposo y mi hijo que han sido sin duda un apoyo y aliento para que hoy mi tesis de grado sea una realidad.

También quiero dedicar este trabajo a mi hermana Alexandra Borja y mis suegros Dr. Jorge Sánchez y Alba Espinosa por su incondicional apoyo y sobre todo por sus buenos consejos. Porque me han motivado cada vez que he visto lejos esta meta; y que ahora ya es una realidad.

## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a Dios por la bendición que me ha dado, porque me ha permitido llegar hasta este punto de mi vida, también estoy agradecida con mis profesores por sus buenos consejos y conocimientos que me impartieron durante todo este tiempo; aún fuera de las aulas de clase, a mi Tutor Ms. Marcelo Mantilla mi profunda gratitud a usted por guiarme al éxito, y a todos quienes hicieron posible la culminación de mi Tesis.

Gracias porque estoy cumpliendo con la meta más importante de mi vida.

## INDICE DE CONTENIDOS

### Páginas Preliminares

TEMA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADO.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
INTRODUCCIÓN.....	xvii

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.1. Contextualización .....	1
1.2.2. Análisis Crítico.....	6
1.2.3. Prognosis.....	8
1.2.4. Formulación del problema .....	9
1.2.5. Interrogantes .....	10
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación .....	10
1.3. Justificación .....	11
1.4. Objetivos .....	13
1.4.1. General.....	13
1.4.2. Específicos .....	13

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos.....	14
2.2. Fundamentación Filosófica.....	18

Fundamentación Epistemológica .....	18
Fundamentación Ontológica .....	19
Fundamentación Axiológica .....	19
Fundamentación Económica .....	19
2.3. Fundamentación Legal.....	20
2.4. Categorías Fundamentales.....	23
2.5. Hipótesis.....	43
2.6. Señalamiento de las variables.....	43

### CAPÍTULO III

#### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque de la Investigación .....	44
3.2. Modalidad Básica de la Investigación.....	45
3.3. Nivel o Tipo de la Investigación.....	46
3.4. Población y Muestra.....	48
3.3.1. Población.....	48
3.3.2. Muestra .....	49
3.4. Operacionalización de las Variables.....	51
3.5. Plan de Recolección de Información.....	53
3.6. Plan de procesamiento de la Información.....	54

### CAPÍTULO IV

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de datos.....	55
4.2. Planteo de hipótesis .....	87
4.3. Conclusión .....	89

### CAPÍTULO V

#### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones .....	90
5.2. Recomendaciones .....	92



## CAPÍTULO VI

### PROPUESTA

6.1. Datos informativos .....	93
6.2. Antecedentes .....	94
6.3. Justificación .....	97
6.4. Objetivo.....	98
6.4.1. General.....	98
6.4.2. Específicos .....	98
6.5. Análisis de factibilidad .....	98
6.6. Fundamentación Científica técnica .....	101
6.7. Modelo operativo .....	103
6.7.1. Estudio Económico Financiero.....	103
6.7.2. Componentes y sustentos Técnicos .....	107
6.7.3. Análisis del mercado.....	115
6.7.4. Estudio financiero .....	140
6.7.5. Evaluación .....	160
6.8. Administración de la propuesta. ....	164
6.9. Plan de monitoreo y evaluación de la propuesta .....	164
Anexos.....	169
Bibliografía.....	174

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Árbol de problemas .....	6
Gráfico 2. Categorías Fundamentales. ....	23
Gráfico 3. Constelación de las ideas: Variable Independiente .....	24
Gráfico 4. Constelación de las ideas: Variable dependiente .....	249
Gráfico 5. Género .....	56
Gráfico 6. Edad.....	57
Gráfico 7. Raza.....	58
Gráfico 8. Ventas .....	59
Gráfico 9. Precio promedio .....	60
Gráfico 10. Precio promedio .....	61
Gráfico 11. Precio promedio .....	62
Gráfico 12. Edad del cuy.....	63
Gráfico 13. Edad del cuy.....	64
Gráfico 15. Costo medicinas y vitaminas .....	66
Gráfico 16. Presentación de venta.....	67
Gráfico 17. Costo mano de obra .....	68
Gráfico 18. Ingreso por venta .....	69
Gráfico 19. Ganancia por venta .....	70
Gráfico 20. Ingresos de producción .....	71
Gráfico 21. Porcentaje de utilidad .....	72
Gráfico 22. Costos de producción altos .....	73
Gráfico 23. Costo de producir un cuy.....	74
Gráfico 24. Fuentes de ingreso.....	75
Gráfico 25. Mejoramiento en el manejo de crianza .....	76
Gráfico 26. Conocimientos en el manejo de crianza .....	77
Gráfico 27. Capacidad productiva .....	78
Gráfico 28. Satisface necesidades de la familia .....	79
Gráfico 29. Satisface a los clientes .....	80
Gráfico 30. Aporte al ingreso familiar .....	81
Gráfico 31. Incremento por ventas .....	82
Gráfico 32. Creación de una asociación .....	83
Gráfico 33. Gastos.....	84
Gráfico 35. Capacidad de crédito.....	86
Gráfico N° 36: Localización macro .....	107
Gráfico N°37: Cuyes en pie .....	108
Gráfico N° 38: Cuyes faenados .....	108
Gráfica N° 39: Alimento balanceado para cuyes .....	109

Grafica N° 40: Análisis nutricional .....	109
Grafico N° 41: Edades .....	124
Grafico N° 42: Genero .....	125
Grafico N° 43: Consumo de carne de cuy .....	126
Grafico N° 44: Frecuencia de consumo .....	127
Gráfico N° 45: Características de la carne de cuy .....	128
Grafico N° 46: Lugar de consumo .....	129
Grafico N° 47: Cuy para servirse o para preparar .....	130
Gráfico N° 48: Encargado de compras.....	131
Grafico N° 49: Precio estimado de un platillo de cuy .....	132
Grafico N°50: Lugar de compra .....	133
Grafico N° 51: Precio estimado de cuy entero faenado.....	134
Grafico N°52: Factores de compra.....	135
Grafico N°53: Demanda de carne de cuy.....	136
Grafico N° 54: Frecuencia de demanda .....	138
Grafico N°55: Ciclo productivo .....	141
Grafico N°56: Especificaciones técnicas.....	144
Grafico N° 57: Proceso de faenado .....	145
Grafico N°58: Jaulas para cuyes.....	145
Grafico N°59: Cocina industrial .....	146
Grafico N°60: Mesa industrial .....	146
Grafico N°61: Mostrador .....	146
Grafico N°62: Congelador industrial.....	147
Grafico N°63: Distribución de planta .....	148
Grafico N°64: Furgón.....	148
Gráfico 65. Organigrama .....	164

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Género.....	56
Tabla 2. Edad .....	57
Tabla 3. Razas .....	58
Tabla 4. Ventas .....	59
Tabla 5. Precio Promedio .....	60
Tabla 6. Presentación de venta .....	61
Tabla 7. Cantidad que inicio la crianza de cuyes .....	62
Tabla 8. Edad del cuy .....	63
Tabla 4.9. Costo unitario.....	64
Tabla 10. Costo del Balanceado .....	65
Tabla 11. Costo medicinas y vitaminas.....	66
Tabla 12. Presentación de venta .....	67
Tabla 13. Costo mano de obra.....	68
Tabla 4.14. Ingreso por venta .....	69
Tabla 15. Ganancia por venta.....	70
Tabla 16. Ingresos de producción.....	71
Tabla 17. Porcentaje de utilidad.....	72
Tabla 18. Costos de producción altos .....	73
Tabla 4.19. Costo de producir un cuy .....	74
Tabla 20. Fuentes de ingreso .....	75
Tabla 21. Mejoramiento en el manejo de crianza.....	76
Tabla 22. Conocimientos en el manejo de crianza.....	77
Tabla 23. Capacidad productiva .....	78
Tabla 24. Satisface necesidades de la familia .....	79
Tabla 25. Satisface a los clientes.....	80
Tabla 26. Aporte al ingreso familiar .....	81
Tabla 27. Incremento de ingresos por ventas período 2011-2012 .....	82
Tabla 28. Creación de una Asociación.....	83
Tabla 29. Gastos .....	84
Tabla 30. Capacidad de Ahorro .....	85
Tabla 31. Capacidad de crédito .....	86
Tabla 32. Presentación de los datos. ....	89
Objetivo General.....	115
Segmentación.....	119
Población Total Provincia de Tungurahua .....	119
Instrumento de Recolección de Datos .....	121
Tabla N° 33: Edades.....	124

Tabla N° 34: Genero.....	125
Tabla N° 35: Consumo de carne de cuy .....	126
Tabla N° 36: Frecuencia de consumo .....	127
Tabla N° 37: Características de la carne de cuy .....	128
Tabla N° 38: Lugar de consumo .....	129
Tabla N° 39: Cuy para servirse o para preparar.....	130
Tabla N° 40: Encargado de compras .....	131
Tabla N° 41: Precio estimado de un platillo de cuy .....	132
Tabla N° 42: Lugar de compra .....	133
Tabla N°43: Precio estimado de cuy entero faenado .....	134
Tabla N° 44: Factores de compra .....	135
Tabla N° 45: Calculo de producción anual .....	137
Tabla N° 46: Demanda insatisfecha.....	139
Tabla N°47: Inversión en activos .....	149
Tabla N°48: Inversión requerida para proyecto Inti Cuy.....	149
Tabla N°49: Capital a financiar .....	150
Tabla N° 50: Amortización de la deuda.....	151
Tabla N° 51: Producción proyectada .....	152
Tabla N° 52: Costos de cuyes en pie .....	153
Tabla N° 53: Mano de obra directa .....	155
Tabla N° 54: Costos indirectos de fabricación.....	155
Tabla N° 55: Costos totales .....	156
Tabla N° 56: Costos proyectados .....	156
Tabla N° 57: Ingresos por ventas proyectados .....	158
Tabla N° 58: Flujo de caja proyectado .....	159
Tabla N° 59: Valor Actual Neto .....	161
Tabla N° 60: Tasa interna de retorno.....	162
Tabla N° 61: Relación beneficio costo .....	163
Tabla N°62: Periodo de recuperación de la inversión .....	163

## **INDICE DE CUADROS**

Cuadro 1. Operacionalización de la Variable Independiente.....	51
Cuadro 2. Operacionalización de la Variable Dependiente .....	52
Cuadro 3. Plan de Recolección de Información. ....	53
Cuadro 4: Determinación del universo .....	119
Cuadro 5. Plan de monitoreo y evaluación de la propuesta .....	164

## RESUMEN EJECUTIVO

En el Ecuador el sector de la crianza de especies menores es una parte dinámica y vital de la economía, los pequeños productores del país especialmente de la provincia de Tungurahua; han sido tradicionalmente productores de cuyes.

Esta actividad ha sido un instrumento de desarrollo para las comunidades; a la vez que no es complicado porque las familias productoras de especies menores pueden realizar esta actividad en sus propios hogares.

Otra ventaja es que estos animales no necesitan mucho tiempo para reproducirse y criar, en comparación a otros animales los cuyes se comercializan a las pocas semanas de nacidos. Teniendo como resultado un ingreso continuo para las familias productoras.

La parroquia de Quisapincha se encuentra situada a 15 minutos de la ciudad de Ambato en la provincia de Tungurahua. En esta parroquia una de sus actividades más sobresalientes y conocida a nivel Nacional es la producción de carteras, chompas, billeteras realizadas netamente con cuero.

Pero no todas las familias de Quisapincha se dedican a esta actividad, lo que conlleva a tener bajos niveles de ingresos económicos, es por eso que existen otras alternativas como es la producción de especies menores.

El presente proyecto está enfocado en incrementar los ingresos económicos de las familias productoras de especies menores; según las investigaciones realizadas se sabe que tienen una asociación, pero que no tienen la ayuda ni apoyo necesario de todos los que conforman dicha asociación.

Es por eso que una de nuestras estrategias es comercializar correctamente en el mercado a estos animales. Entre otras es reestructurar la asociación

para tener mayores beneficios; pero todo esto se desarrollará a continuación en el presente trabajo investigativo.



## INTRODUCCIÓN

Dentro de la economía de nuestro país existe variedad de producción, entre estos hay pequeños comerciantes de especies menores. Los mismos que se han desarrollado en gran manera. Sin embargo los ingresos económicos no son significativos para las familias dedicadas a esta actividad. Por eso realizaremos un estudio económico.

En la presente investigación se realizará un estudio sobre “LA PRODUCCIÓN DE CUYES Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS ECONÓMICOS DE LAS FAMILIAS PRODUCTORAS DE ESPECIES MENORES DE LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” Investigación que se encuentra estructurada de la siguiente manera:

Capítulo primero: Abarca contextualización en los diferentes ámbitos de estudios relacionados con la comercialización y su importancia en el desarrollo de las familias de la Parroquia de Quisapincha. La comercialización de cuyes a nivel nacional es de gran importancia sobre todo para el sector socioeconómico. En la mesocontextualización existe significativo movimiento comercial de especies menores, sobre todo en la provincia de Tungurahua. Y en la microcontextualización aunque esta actividad ha ido reduciendo, es un mecanismo de subsistencia para las familias de la parroquia de Quisapincha

Capítulo segundo: Contiene antecedentes investigativos en relación a la producción y comercialización en nuestro país y el extranjero y el marco teórico servirá de sustento para aplicar los instrumentos de investigación necesarios.

Capítulo tercero: Se encuentra la modalidad de investigación bibliográfica y de campo, población y muestra a las familias de la comunidad ya mencionada. También sabremos la población y la muestra con la que contamos para el presente trabajo investigativo. Sin olvidar la Operacionalización de las variables tanto dependiente como independiente.

Capitulo cuarto: Análisis e interpretación de datos obtenidos a las familias de su actividad (crianza de especies menores), e ingresos económicos y las diferentes formas de comercializar. Esto realizaremos mediante la recopilación de información por medio de las encuestas hechas a las familias involucradas en esta actividad.

Capítulo Quinto: Abarca conclusiones y recomendaciones para la comunidad de la Parroquia de Quisapincha. Según la información de las encuestas realizadas a las familias dedicadas a la crianza de especies menores.

Capítulo Sexto: Informe de propuesta para un mejor desarrollo económico para las familias involucradas en una economía de solidaridad. Se da alternativas y solución para un mejor desempeño en esta actividad por medio de objetivos; estudio económico, estudio de mercado y finalmente a una evaluación pertinente para saber si es factible o no este proyecto.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1. Tema.**

“LA PRODUCCIÓN DE CUYES Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS ECONOMICOS DE LAS FAMILIAS PRODUCTORAS DE ESPECIES MENORES DE LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

### **1.2. Planteamiento del problema**

#### **1.2.1. Contextualización**

##### **Macrocontextualización.**

La comercialización de cuyes es de gran importancia para el sector socioeconómico del país, sirve de base al desarrollo de la industria nacional, proporcionando alimentos, divisas, empleo, distribuyendo ingresos en el sector rural y realizándose en regiones que no tienen cualidades adecuadas para la agricultura. Se realiza, sin excepción, en todas las regiones ecológicas del país y aún en condiciones adversas de clima, que no permiten la práctica de otras actividades productivas.

La explotación de animales, tal es el caso de los cuyes, cobra cada vez mayor interés en el país, como una actividad complementaria dentro del manejo integrado de sistemas de producción de pequeños productores.

La crianza de cuyes, ofrece una alternativa nutritiva y de ingresos al criador, aspectos de fácil manejo y alimentación son factores que contribuyen al

desarrollo de esta actividad. La calidad de la carne de cuy de alto contenido proteico y energético contribuye a mejorar el nivel nutricional de la población.

Teniendo en cuenta que Perú es el primer país productor y consumidor de carne de cuy a nivel mundial por su bajo costo en relación a crianza y cuidado, la carne del cuy constituye un producto de alta calidad nutricional que contribuye a la seguridad alimenticia del poblador peruano, además del aporte a su economía por la comercialización del producto.

### **Mesocontextualización**

La provincia de Tungurahua es el punto central del país, provincia de gran movimiento comercial, ya que la mayoría de las personas se dedican a la agricultura, ganadería, turismo, comercio, industria textil: confección de cuero, vestido, calzado entre otras.

Pero siendo la crianza del cuy una práctica arraigada en las familias de las comunidades rurales de la provincia de Tungurahua. Esto se manifiesta especialmente en las grandes cantidades de carne que se consumen en distintos cantones de la provincia, como plato principal, en épocas de fiestas.

El cuy es un animal que no exige cuidados complicados y siendo su carne una de las más ricas y nutritivas por su alto contenido de proteína, se puede afirmar que es una buena alternativa para elevar los estándares de vida en las comunidades.

La crianza que se practica es tradicional y sin tecnificación debido a que las investigaciones realizadas en el país para mejorar la explotación de cuyes no han sido transmitidas a los campesinos de esta parroquia, quienes forman la mayor parte de los criadores de cobayos. El resultado es una producción deficiente de animales, tanto en calidad como en cantidad, que es utilizada solo para el consumo familiar, costumbre de las personas de esta parroquia

que crían estos animales entonces, no procuran producir un animal que cumpla con los requerimientos de la demanda local.

### **Microcontextualización**

Las familias de la parroquia de Quisapincha realizan el proceso de crianza de cuyes en el patio de casa y sin ningún tipo de tecnificación algo común en este sector de la población ambateña.

La crianza de cuyes en esta parroquia se ha ido reduciendo a pesar de que es un elemento de subsistencia, esta actividad es realizada por pequeños grupos de personas.

Una de las causas que ocasionó la disminución de la producción de cuyes en este sector, según las personas que lo realizan, es la escasa aplicación de técnicas de producción adecuadas para criar los cuyes, debido a que, de la cantidad de cuyes que se cría, un cierto porcentaje, logra venderse razón por la cual la técnica usada para su crianza es deficiente porque no se logran combatir las plagas y enfermedades que atacan a estos animales, además, de la adecuada alimentación que deben tener para su mejor crecimiento y por lo tanto en lo posterior para su mejor comercialización.

El presente documento pretende convertirse en un instrumento que permita a los miembros de la parroquia de Quisapincha, conocer los lineamientos básicos para llevar adelante una crianza técnica del cuy, aprovechar los recursos de la zona, mejorar la alimentación y generar ingresos económicos adicionales para el presupuesto familiar.

Los habitantes de la Parroquia Quisapincha son incrédulos al apoyo comunitario. Por otro lado, los pobladores de esta parroquia no consideran la

idea de que se puede mejorar los ingresos y vivir de la crianza de cuyes sin el mejoramiento de técnicas de producción o de la inversión privada o pública

Para mejorar esta forma de producción de cuyes e incrementar los ingresos de las familias, resulta necesario conocer qué tipo de técnicas e insumos son los más adecuados e indicados, ya que según comentan la producción realizada es de manera tradicional y poco tecnificada.

Este tipo de animal necesita de mucho cuidado para su cría: entre estos son un lugar adecuado (galpón), alimentación, e inclusive, el ambiente es de gran importancia.

La producción de carne también es una forma de ahorro y capitalización de los productores, y en ocasiones, un elemento económico que les permite la subsistencia cuando la agricultura, principalmente de temporal, se ve desvanecida siendo así que una forma de mejorar los ingresos con esta actividad sin lugar a duda sería reduciendo costos de producción a través del mejoramiento en el manejo de la explotación de cuyes con el conocimiento y capacitación necesaria.

Los cuyes son pequeños, se reproducen con facilidad, no exigen una gran inversión y prosperan con desechos de la cocina, cereales troceados y vegetación, etc. Pero estas por lo general son para el consumo propio, como para negocio resulta no tan lucrativo, ya que la gente prefiere cuyes que tengan un peso ideal y el aspecto de su carne de manera natural, aquí influye mucho la alimentación, muy apetecida por la demanda local, y el cuidado a base de los conocimientos que esta actividad requiere.

Según el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE) (2013), indica que la población económicamente activa es de 6.563 habitantes de la parroquia de Quisapincha.

En la cual las personas de Quisapincha se dedican en un 70% a la elaboración de chompas, carteras billeteras en cuero; siendo este el principal material con el que trabajan y a la vez es el atractivo por lo que los turistas llegan a este lugar, y; el 30% restante de la población económicamente activa en cambio se dedican a la agricultura; no siendo esta la actividad más relevante en la parroquia de Quisapincha.

### 1.2.2. Análisis Crítico

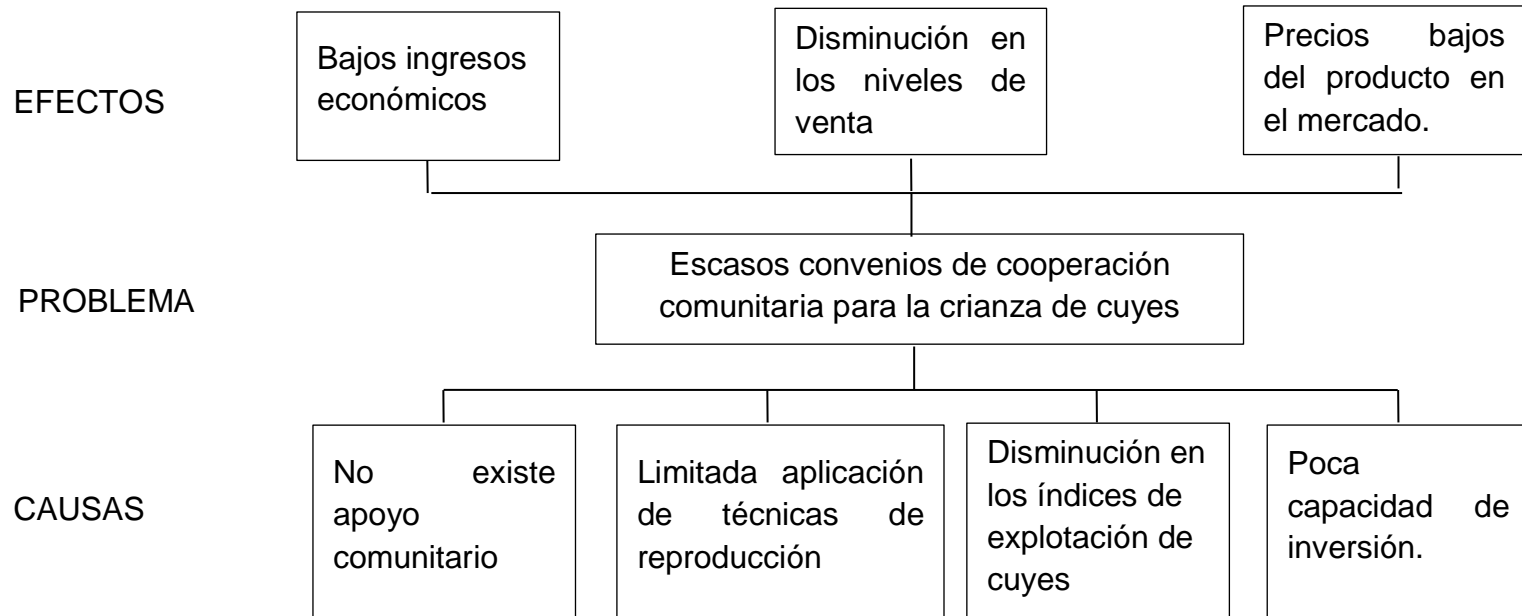


Gráfico 1. Árbol de problemas  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



La disminución en los índices de explotación de especies menores conduce a una crisis que puede hacer que la actividad desaparezca definitivamente. Los problemas se derivan en bajos ingresos económicos provenientes de la venta de los cuyes por parte de las personas dedicadas a esta actividad, situación que se da al no tener suficientes conocimientos, apoyo y otros factores importantes y de esta forma no poder obtener beneficios que maximicen sus ingresos y por consiguiente mejorar su estilo de vida.

La disminución en los índices de explotación de cuyes tiene algunos motivos; y es que esta actividad en gran mayoría se realiza de manera artesanal, en los patios de las casas de las familias, siendo lo correcto que se debería criar a los cuyes en galpones, a una temperatura ambiente acorde; así como el cuidado que se debe tener en su alimentación, como es el uso de balanceados, medicinas y vitaminas conforme para este tipo de animales.

La poca capacidad de inversión por parte de productores conlleva a no incrementar la producción y a mantenerse con un bajo nivel de oferta en el mercado local, y por ende disminución en las ventas de cuyes, llevando a estas familias a vivir en pobreza y con un estilo de vida deteriorado.

La disminución de la explotación de cuyes se ve ampliamente relacionada en ocasiones por los bajos precios de venta que oscilan en el mercado local que incluso se encontraban muy por debajo de los costos de producción, afectando directamente al ingreso de las familias, produciendo un problema socioeconómico para esta parroquia.

Otro factor que ocasiona la disminución de la explotación de cuyes es la falta de apoyo comunitario, debido a que, por parte de la autoridad de la parroquia se podría concretar el acceso a créditos por parte de las instituciones financieras, así como proyectos sociales por parte de empresas

públicas o privadas, pero el problema se centra en que el trámite resulta tan engorroso lo que hace que la gente pierda el interés por realizar este tipo de financiamiento y seguir de esta manera creciendo y aumentando sus ingresos algo que mejoraría la calidad de vida de los pobladores de esta parroquia.

Los pocos convenios por falta de apoyo comunitario para mejorar la producción de cuyes y la escasa capacidad de inversión de los productores impiden la creación de asociaciones que permitan la construcción de cobayos, galpones donde se podrán criar de una manera más adecuada, técnica y profesional a los cuyes y ya no solo delimitarse a criarlos de manera doméstica, y así podrán obtener un desarrollo económico y social de la parroquia mediante esta actividad, para que la misma no sobresalga solamente por la producción de cuero sino además que también el factor impulsivo de su economía sea la crianza y comercialización de crías menores.

### **1.2.3. Prognosis**

Si existiera un declive en la explotación de cuyes ocasionaría bajos ingresos económicos para las familias de la parroquia de Quisapincha además, que tendría consecuencias negativas, entre las cuales podría darse principalmente un empobrecimiento en estas familias ya que viven de esta actividad. Si las familias de Quisapincha tienen poca producción de cuyes, no obstante, no generan dinero, no podrán cubrir los egresos que son propios de su actividad y de su hogar, y esto a su vez, provocaría una inestabilidad económica y social.

Si las familias no comercializan cuyes, no obtienen rentabilidad para sus criaderos, y está claro que a nadie le conviene mantener una actividad que no genera una rentabilidad, pues el ganar dinero es el sentido de todo

negocio. El financiamiento y la inversión propia también se ven afectados con un bajo nivel de rentabilidad, pues el dinero es el recurso que mueve y hace que un negocio desarrolle.

Adicionalmente una disminución en los ingresos económicos de las familias de la parroquia abarcaría un problema en todos los aspectos sociales y económicos de la misma, los efectos se analizan en base a la comercialización de cuyes.

De darse el peor de los escenarios, si la crianza de cuyes mantiene una tendencia a la baja las familias no podrían cubrir los gastos de su hogar y por consiguiente conllevaría a una inestabilidad económica de la comunidad dedicada a esta actividad.

Al no poder encontrar una solución factible principalmente para una mejor tecnificación de producción, los productores de cuyes perderían la oportunidad de mejorar su nivel de vida, llegando a tal punto de considerar la migración como única alternativa de solución, desechando de esta manera la oportunidad de mejorar su situación y la de sus hijos.

Se perdería también la oportunidad de formar su propia microempresa y de esa manera generar más empleo.

#### **1.2.4. Formulación del problema**

¿Cuál es la incidencia de la producción de cuyes en los índices de ingresos económicos de las familias dedicadas a la crianza de especies menores de la parroquia de Quisapincha?

### **1.2.5. Interrogantes**

¿Cuál es el índice de producción total, parcial y marginal de cuyes en la parroquia de Quisapincha?

¿Cuáles son los ingresos económicos de las familias dedicadas a la producción de cuyes de la parroquia de Quisapincha?

¿Qué alternativa de solución es la más idónea que permita incrementar los ingresos económicos de las familias dedicadas a la explotación de cuyes de la parroquia de Quisapincha?

### **1.2.6. Delimitación del objeto de investigación**

Campo: Económico

Área: Producción

Aspecto: Producción – Ingresos económicos

Temporal: La presente investigación se la realizó en el periodo del año 2014. El trabajo de investigación de campo se lo ejecutó en el período que comprende el primer semestre del año 2015.

Espacial: La presente investigación se efectuó en la parroquia Quisapincha, cantón Ambato, provincia de Tungurahua, república del Ecuador.

Poblacional: En esta investigación las fuentes primarias de información la constituyen las personas dedicadas a la crianza de cuyes.

### **1.3. Justificación**

La presente investigación tiene un interés particular debido a que la explotación en la crianza de cuyes se ha considerado como uno de los principales motores del crecimiento de la economía de la provincia, específicamente de ciertos cantones donde esta actividad se ha convertido en el eje promotor de desarrollo y empleo, motivo por el cual se pretende que en el sector de Ambato alcance este desarrollo, que sustente su economía en especial para los habitantes dedicados a la crianza de especies menores.

Es de amplio conocimiento, a nivel productivo que la cría y expendio de cuyes tiene un gran mercado a nivel regional, nacional y porque no decir a nivel mundial.

La importancia de la investigación se centra en que se estima que la carne de estas especies menores es uno de los productos de alimentación más apetecidos por todos los estratos sociales, por ser sabroso y fácil de adquirirlo. Su gran demanda y bajo costo hace que tenga mucha salida, lo que garantiza un trabajo de gran rentabilidad que con el tiempo, con buena administración y manejo adecuado se puede ir incrementando cada vez más y mejorar la calidad de vida de las familias dedicadas a esta actividad.

Es por esto que esta investigación dará a conocer los aspectos principales que permitirán llevar a cabo un buen manejo en la explotación de cuyes, de la parroquia de Quisapincha.

Las dos variables como son: índices de producción y niveles de ingresos económicos aplicados en este trabajo son factibles, las mismas que se considera, están acorde al problema real de la parroquia de Quisapincha. A

través de estas dos variables se realizó una investigación que permitió plantear una solución factible a esta situación presentada en este sector.

El impacto que tiene la disminución en los índices de explotación de cuyes se refleja en la calidad de vida de las familias que depende y subsisten a causa de esta actividad, debido a la disminución de producción y por consiguiente en su venta, existiría desempleo lo que conllevaría a la pobreza de estas familias en la parroquia de Quisapincha.

Provocando la mayor explotación de especies menores mejorará significativamente la situación actual de los moradores logrando así que muchos más productores continúen y no abandonen esta forma muy interesante de obtener ingresos.

Se considera a la carne de cuy muy saludable, por su alto contenido proteínico y bajo contenido en grasas, además su sabor tan peculiar y exótico la hace muy atractiva y más en la actualidad donde la mayoría de personas buscan una alimentación diferente y sana.

Esta investigación es necesaria realizar para determinar los posibles resultados positivos que ocasionaría en la economía y desarrollo de la parroquia Quisapincha. Este estudio ayudará a realizar posteriores investigaciones que determinen, de una mejor manera, el impacto de la disminución en los índices de producción del sector de la crianza de cuyes.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. General**

Determinar la incidencia de la producción de cuyes en los ingresos económicos de las familias productoras de especies menores de la parroquia de Quisapincha, provincia de Tungurahua para el mejoramiento de su calidad de vida

### **1.4.2. Específicos**

Establecer los ingresos económicos de las familias dedicadas a la producción de cuyes de la parroquia de Quisapincha para la búsqueda de oportunidades de negocios

Determinar el índice de producción total, parcial y marginal de cuyes en la parroquia de Quisapincha para la optimización de recursos

Reestructurar la asociación de las familias dedicadas a la crianza de especies menores para así incrementar los ingresos económicos de la población de la parroquia de Quisapincha.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes Investigativos.

Uno de los requisitos indispensables para interpretar la realidad objetiva así como los resultados que se obtienen a través del proceso investigativo, es el de disponer conocimientos previos.

Para ello se ha investigado en la biblioteca virtual, en los archivos de proyectos de tesis realizados en la Universidad Técnica de Ambato, se observa que el presente trabajo de investigación sobre “La producción de cuyes y su incidencia en los ingresos económicos de las familias productoras de crías menores en la parroquia de Quisapincha en la provincia de Tungurahua”. Se ha consultado los siguientes antecedentes investigativos:

En el trabajo investigativo de Núñez (2011), en su Tesis “Análisis de los procesos de producción y su incidencia en la rentabilidad de la Granja avícola la florida, durante el primer trimestre de 2011”. Plantea como objetivo general: “Examinar la incidencia que tienen los Procesos de producción en la Rentabilidad de Granja Avícola La Florida, durante el primer trimestre de 2011, para optimizar los Recursos”. Y como objetivos específicos: a) Identificar la deficiencia en el control de los procesos de producción para establecer puntos de control en cuanto a los mismos”; b) Evaluar la rentabilidad a través indicadores para establecer un margen de utilidad en la fabricación de Alimento Balanceado y; c) Optimizar los procesos productivos para incrementar la rentabilidad en Granja Avícola La Florida

En el trabajo se utilizó investigación bibliográfica y de campo, mediante la utilización de la técnica de la encuesta a través del instrumento del



cuestionario, una vez analizado rigurosamente los datos el autor llega a las siguientes conclusiones: a) En el área productiva existe una deficiencia en los procesos aplicados por la empresa, debido a la implantación de nueva tecnología el sistema de producción que actualmente se utiliza está obsoleto y necesita ser mejorado; b) La subutilización del recurso tiempo en el proceso productivo es un problema latente, en el traslado de las materias primas desde de la bodega de almacenamiento de micronutrientes a la planta de producción hay tiempos desperdiciados y retraso en la producción y; c) El personal de producción no está debidamente capacitado para el proceso productivo, provocando retrasos en la producción, desperdicio de materias primas al momento del traslado de las mismas.

Esta tesis en relación al trabajo investigativo sobre la explotación de cuyes tienen algo en común que es la rentabilidad, ya que ambos queremos tener mejores resultados en los ingresos económicos por medio de una exitosa producción.

Según Betancurth (2010) en su investigación “Costos de producción avícola de los caseríos terremoto y santa cruz de la parroquia Picaihua y su incidencia en los niveles de ingresos en el año 2010” plantea como objetivo general “Analizarlos costos de producción avícola y los niveles de ingresos en los avicultores de los caseríos Terremoto y Santa Cruz.”, y como específicos: a) Analizar los costos de producción avícola en los caseríos Terremoto y Santa Cruz; b) Identificar los niveles de ingresos de los productores avícolas de los caseríos Terremoto y Santa Cruz; y, c). Diseñar una propuesta para mejorar los ingresos de los productores avícolas de los Caseríos Terremoto y Santa Cruz por medio de un Plan para el Mejoramiento en el manejo de la crianza de pollos de engorde.

En el trabajo se utilizó investigación bibliográfica y de campo, mediante la utilización de la técnica de la encuesta a través del instrumento del

cuestionario, una vez analizado rigurosamente los datos el autor llega a las siguientes conclusiones: a) Resulta claro establecer que los costos de producción inciden en los niveles de ingresos de los productores avícolas. En el sector avícola, la carne de pollo es un bien de primera necesidad y quienes lo consumen lo hacen en grandes cantidades y no en forma ocasional, de forma que tiene un recuperación casi inmediata en el corto plazo, sin embargo, sus costos son altos. La problemática parte de la cadena, en el primer eslabón, por los bajos rendimientos en la producción de maíz duro. A pesar de que las principales materias primas (maíz y soya) tienen un precio oficial, los precios de los productos terminados como la carne de pollo. Los fija el mercado, según la oferta y la demanda afectando así a los pequeños productores; b) En esta investigación se ha establecido que existe poco conocimiento en la producción de pollos ya que se está incidiendo en gastos excesivos de insumos avícolas que van en un promedio de \$2885,26 para un promedio de 622 pollos lo que incrementa sus costos, llevando de esta manera a la reducción de los niveles de producción. También debido al poco conocimiento en aplicación de las vacunas la gente incide en gastos exagerados. Incidiendo de esta manera para que la gente abandone este tipo de producción, que en mejores condiciones puede ser un modo de subsistencia para las familias.

En este trabajo investigativo con relación a la explotación de cuyes se observa sobre costos de producción en el campo avícola queriendo también como resultado niveles altos de ingresos económicos para esta comunidad; algo que nosotros con la crianza de especies menores también esperamos.

Según Alpucho (2010) en su investigación “La comercialización de los productos agrícolas y niveles de ingresos en las familias de la comunidad de Calguasig Grande en el período 2008-2010” plantea como objetivo general: “Analizar la comercialización de los productos agrícolas y niveles de ingresos de las familias de la comunidad de Calguasig Grande en el periodo 2008-

2010”, y como específicos: a) Identificar las formas de comercialización de productos agrícolas que realizan las familias de Calguasig Grande; b) Indagar los niveles de ingreso de las familias de la comunidad para conocer el nivel de vida que mantienen sus hogares; y, c) Diseñar una propuesta para solucionar el problema identificado en la comunidad de Calguasig Grande.

En el trabajo se utilizó investigación bibliográfica y de campo, mediante la utilización de la técnica de la encuesta a través del instrumento del cuestionario, una vez analizado rigurosamente los datos el autor llega a las siguientes conclusiones: a) La comercialización agrícola de la comunidad de Calguasig Grande se realiza en condiciones que generan recursos escasos que aportan a los ingresos de las familias para que puedan solventar las necesidades mínimas necesarias, ya que las ganancias apenas son en promedio de \$198.50 que es un valor muy por debajo de la canasta básica; b) De formas de comercializar los productos agrícolas quienes se benefician son los intermediarios es la fase donde se elevan los precios sustancialmente para los consumidores finales y los agricultores apenas perciben valores que muchas veces no alcanza ni para cubrir los gastos de comercialización y de producción; c) Las ganancias obtenidas en el agricultor es mínima lo que inciden en su producción agrícola llegando a afectar a las familias de la localidad.

En relación de esta tesis con el presente trabajo investigativo sobre la explotación en la crianza de cuyes tienen un mismo objetivo que es incrementar sus ingresos económicos por medio de una buena comercialización del producto. lo cual se llegaría a lograr por medio de excelentes estrategias.

## **2.2. Fundamentación Filosófica.**

La presente investigación está basada en el paradigma Crítico-Propositivo, debido a que, las dos variables interactúan entre sí, lo que permite establecer relaciones, proponer alternativas de solución porque utiliza los resultados para analizar, criticar e interpretar todo lo que acontece en la realidad de la producción de cuyes en la parroquia de Quisapincha en el cantón Ambato en la provincia de Tungurahua.

A través del paradigma Crítico- propositivo podremos conocer los aspectos existentes del problema el mismo que nos permitirá llegar a identificar la naturaleza del problema y así llegar a dar solución al problema objeto de estudio que provoca los ingresos económicos en las familias de Quisapincha, debido a que la realidad de la producción de cuyes en la parroquia de Quisapincha en la Provincia de Tungurahua depende principalmente de la demanda de su producto que tenga en el mercado, en este caso es el cuy para satisfacer de esta manera las necesidades de los clientes. Por tal motivo se estudia la forma de manejo de la producción de cuyes, por tal motivo, con el paradigma propuesto se demostrará el origen de las resoluciones que se han tomado para mejorar y a la vez aumentar la producción de cuyes.

### **Fundamentación Epistemológica**

Desde el punto de vista de la epistemología la presente investigación busca el origen para la aparición tanto de la producción de cuyes como los ingresos económicos que afectan a las familias de la parroquia de Quisapincha del cantón Ambato de la provincia de Tungurahua, para lo cual se debe acudir al lugar donde estas variables convergen, en otras palabras, acudir donde las personas que se ven perjudicadas por dichos bajos ingresos económicos.

## **Fundamentación Ontológica**

La presente investigación desde el punto de vista ontológico busca alternativas de solución acerca de los ingresos económicos de las familias de la parroquia de Quisapincha en el cantón Ambato en la provincia de Tungurahua que se ha visto afectada por la producción de cuyes en lo que tiene que ver con los bajos ingresos económicos.

La planeación a una solución sería que dicho sector agropecuario se centre en la producción de cuyes y aumente los ingresos económicos de las familias de la parroquia de Quisapincha, como resultado aumentaría la producción local, así también como la demanda local, y por consiguiente llevaría al desarrollo de la producción agropecuaria nacional, debido a que el aumento de la producción de cuyes busca fomentar altos ingresos económicos por medio de la producción nacional, y el proteccionismo del sector cuyero.

## **Fundamentación Axiológica**

Para realizar este trabajo de investigación debo aplicar principios éticos como la responsabilidad académica, puntualidad, dedicación y esfuerzo ya que me ayudarán a entender de mejor manera las causas que provocan ingresos económicos no satisfactorios a las familias de la parroquia de Quisapincha y dar una solución acertada basándome en la veracidad y transparencia de los datos expuestos.

## **Fundamentación Económica**

Según Hidalgo, (1998) El trabajo de investigación se basa en la escuela económica de David Ricardo, específicamente en lo que se planteó en la teoría del libre mercado era la ruta hacia el socialismo, y que el salario, renta de la tierra e interés no eran consecuencias naturales del libre mercado. Las

creencias centrales del socialismo ricardiano son que todo valor de cambio es creado a partir del trabajo, y que el trabajo tiene derecho a todo lo que produce.

En consecuencia, la riqueza difiere esencialmente del valor, ya que éste depende no de la abundancia sino de la facilidad o dificultad de la producción. El trabajo de un millón de hombres en la industria producirá siempre el mismo valor, pero no siempre la misma riqueza. Con la invención de nueva maquinaria, la superación de la habilidad técnica, una mejor división del trabajo, o por el descubrimiento de nuevos mercados donde puedan efectuarse intercambios más ventajosos, un millón de hombres puede producir, en un estado dado de la sociedad, el doble o el triple de riqueza, es decir de “cosas necesarias, convenientes y gratas”, de lo que puede producir en otro, pero no agregará, por ese concepto, ninguna cosa al valor; en efecto todas las cosas suben o bajan de valor en proporción a la facilidad o dificultad con que se producen, o, en otras palabras, en relación con la cantidad de trabajo empleado en su producción.

### **2.3. Fundamentación Legal.**

El desarrollo legal de esta investigación se basó principalmente en La Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Nacional, 2008) publicada en el Registro Oficial 449 del 20 de Octubre del 2008, en la que se establece “el estado deberá impulsar la producción agrícola y la industria alimentaria, brindar financiamiento, desarrollar la investigación e innovación tecnológica, de la misma manera generar un sistema justo de distribución y comercialización. Logrando de esta manera contribuir al desarrollo de las distintas cadenas agro productivas, particularmente de la cadena de maíz, balanceados, avicultura”.

Tomado principalmente del Capítulo Tercero: Art 281, de la establece que: “La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente. Literal 5.- Será responsabilidad del Estado: Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción”.

Literal 7.- Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.

Literal 8.- Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiada para garantizar la soberanía alimentaria.

Literal 10.- Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como las de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.

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

Literal 14.- Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.

Según Constitución del Ecuador **(2008)**, los derechos del Buen vivir en la sección primera en el Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

Según la ley para la conservación y uso sustentable de la biodiversidad dice en el Artículo 11.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería será el competente del efectivo manejo y control de la biodiversidad agrícola y pecuaria, en especial la conservación in situ y ex situ de las especies y variedades cultivadas y promoverá programas orientados a incentivar la agricultura sustentable y a mejorar los métodos de producción y conservación de estas especies y variedades.

Finalmente para la Agencia ecuatoriana de aseguramiento Agro-calidad, resuelve en el Art. 2 Competencia de la supervisión y control.- corresponderá a AGROCALIDAD como autoridad sanitaria y competente de supervisar y controlar el cumplimiento de la presente resolución técnica, además se encargará de aprobar el funcionamiento, de nuevos mataderos, plantas de despresado y cámaras frigoríficas.



## 2.4. Categorías Fundamentales.

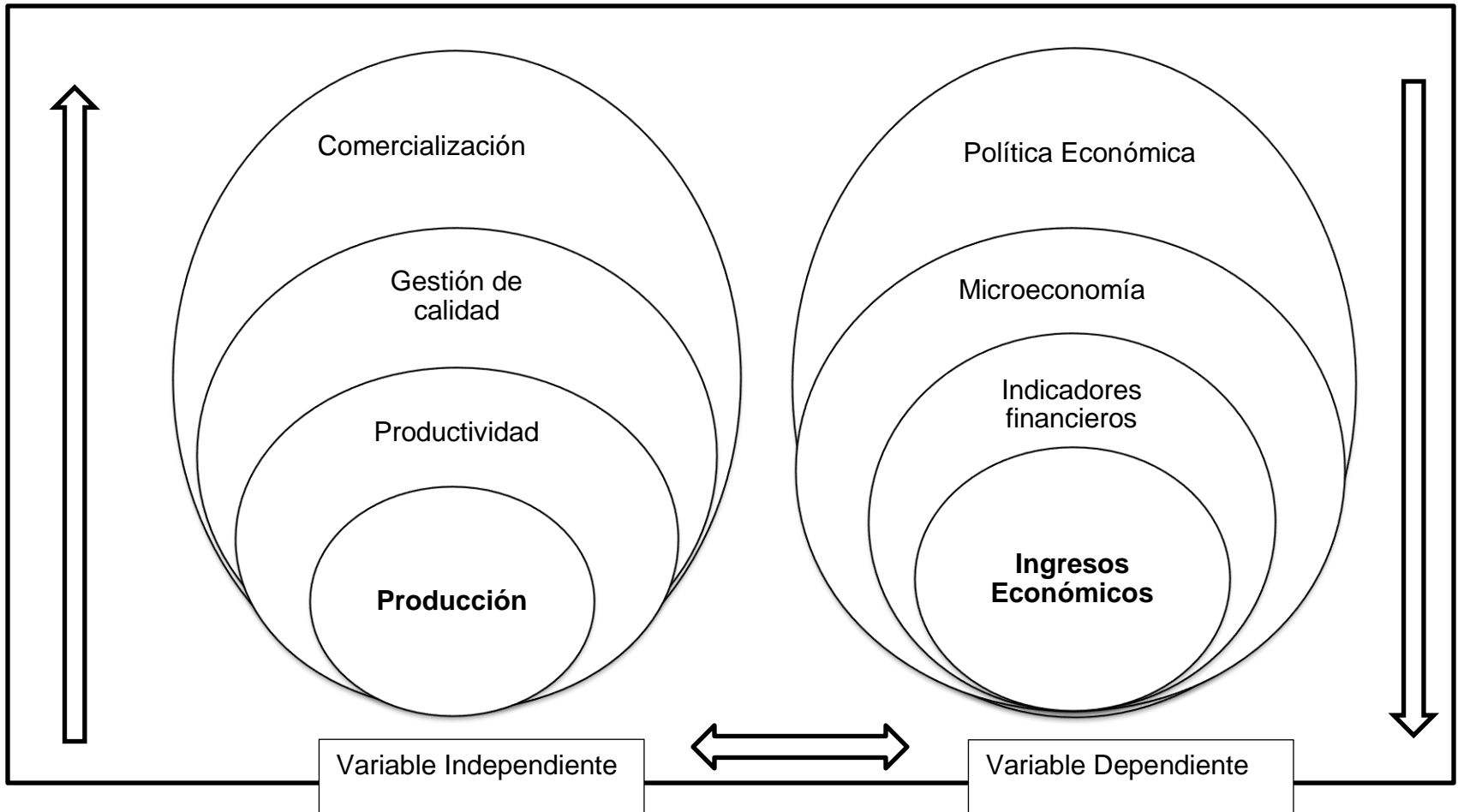


Gráfico 2. Categorías Fundamentales.  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

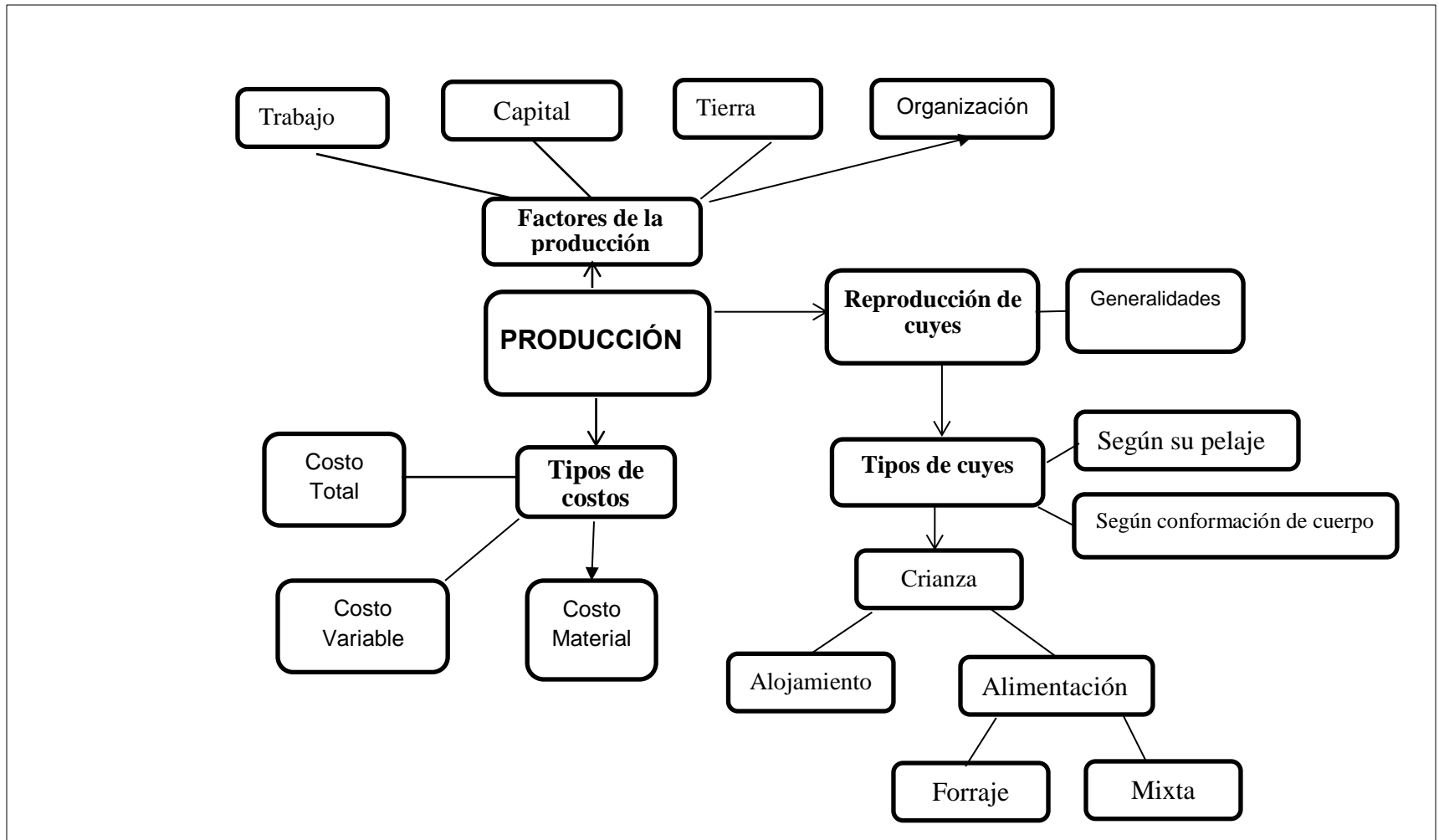


Grafico 3. Constelación de las ideas: Variable Independiente  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

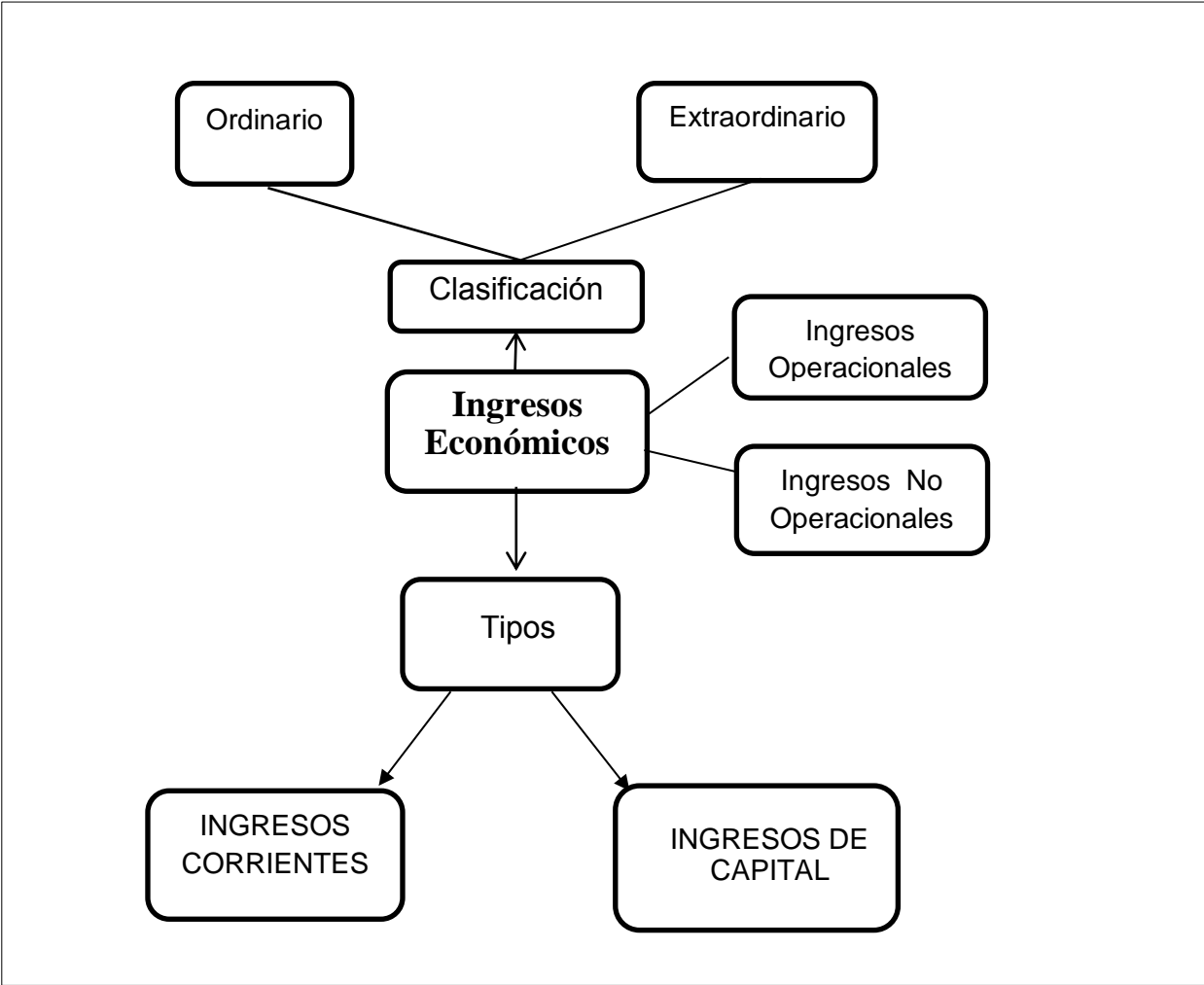


Grafico 4. Constelación de las ideas: Variable dependiente  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

## **Descripción Conceptual de la Variable Independiente: Producción**

### **Comercialización**

Según Chiriboga (2004), “La comercialización es un proceso de intercambio de bienes (incluye también servicios), en este caso agropecuarios, que se da en los mercados; y, por medio del cual los productos pasan de manos de los productores a los intermediarios (cuyo número y característica varía), eventualmente a transformadores y que por ese medio llega finalmente, con algún grado de transformación, a los consumidores. La comercialización en los mercados implica la formación de precios y por lo tanto la remuneración a quienes participen en ellos y a los factores de producción que intervienen#.

Según Bejarano (1998), “La comercialización es una dimensión, un proceso dentro del sistema de intercambio que sirve para configurar las relaciones entre productores y consumidores, o si se quiere, un sistema de comercialización no es otra cosa que un mecanismo primario para coordinar las actividades de producción, distribución y consumo”.

La comercialización, sin embargo, puede estar sometida a criterios de eficiencia y de maximización de beneficios que pueden obtenerse potencialmente de la coordinación satisfactoria del mercado de las actividades agrícolas de una sociedad.

Para la Organización de Alimentación de las Naciones Unidas (1958), “La comercialización comprende toda las operaciones que lleva consigo el movimiento de los productos alimenticios y de las materias primas desde la granja hasta el consumidor final”. Comercialización Agrícola cubre los servicios que se ocupan de hacer llegar el producto agrícola de la granja al consumidor. Existen numerosas actividades interconectadas implicadas en este proceso. La comercialización agrícola es realizada más bien por el sector privado que por los gobiernos y todos los pasos de la cadena deben mostrar un beneficio para los

participantes. El apoyo a los países en desarrollo para el progreso agrícola es llevado a cabo por organizaciones tales como la FAO y varias organizaciones donantes. Las actividades incluyen: desarrollo de la información de mercado, extensión en comercialización, capacitación agrícola y desarrollo de infraestructura. Las tendencias recientes muestran el aumento de la cuota de mercado de los supermercados y un creciente interés en la agricultura por contrato y en las actividades de comercialización colectiva.

### **Gestión de Calidad**

Según Cesar Camisón (2006), es una simple colección de técnicas, un nuevo paradigma o forma de dirigir, un sistema de gestión con cierta filosofía de dirección, una opción estratégica o una función directiva más. Gestión de calidad es un conjunto de técnicas, procedimiento o pasos que nos ayudan al mejoramiento de los procesos de una organización, teniendo como objetivo el progreso sistemático de las actividades productivas.

### **Productividad**

Para Olavarrieta Jorge (1999), es la relación entre producción e insumo. También se puede decir que es la relación entre lo que entra y lo que sale (output/input), o la relación entre lo que se obtiene y los recursos usados para obtenerlo. Si las unidades del numerador y el denominador son las mismas, la relación se expresa como una tasa o porcentaje de productividad, si las unidades son diferentes y el indicador de la productividad queda expresado en relación de las dos unidades ejemplo; toneladas de maíz sembrada por hectárea, horas-hombre mano de obra directa por automóvil ensamblado.

Como puede verse, los recursos o insumos pueden ser muy variados; tierra, materiales, capital, máquinas, recursos humanos, energía, etc. La producción puede ser todavía más variada ya que puede ser cualquier cosa que sea producida por el hombre, incluyendo la información, el capital y la energía.

## **Producción**

Según Larroulet & Mochon (1999), producción es un proceso en cadena en el que por un extremo se incorporan algunos factores, esto es, materias primas y los servicios del capital y del trabajo, y por otro extremo aparece el producto.

Según Méndez (2010) , La producción es el conjunto de actividades encaminadas a la transformación de materias naturales y materias primas que ya tienen trabajo incorporado, en bienes que satisfagan necesidades finales.

### **Factores de la Producción.**

Según Méndez (2010) Son todos aquellos elementos que contribuyen a que la producción se lleve a cabo, tradicionalmente se han agrupado en: tierra, trabajo, capital y organización o habilidad empresarial.

- **Tierra:** En su sentido más amplio se refiere a los recursos naturales que pueden ser transformados en el proceso de producción: tierra, agua, minerales, vegetales, animales, etc.
- **Trabajo:** Es el desgaste físico y mental de los individuos que se incorpora en el proceso productivo. El trabajo también se define como la actividad humana mediante la cual se transforma y adapta la naturaleza para la satisfacción de sus necesidades.
- **Capital:** Son todos aquellos bienes que nos sirven para producir otros bienes. Son aquellos recursos económicos susceptibles de reproducirse y que ayudan en el proceso productivo; está constituido por la inversión en: maquinaria, equipo, mobiliario, instalaciones, edificios, etc.

- **Organización:** También llamada habilidad empresarial, es el conjunto de actividades encaminadas a la dirección, organización, sistematización y conducción para llevar a cabo el proceso productivo. La habilidad empresarial la desarrollan los administradores, gerentes, economistas y contadores que se encuentran en puestos directivos de la unidad productora.

Relación entre factores: Para realizar la producción se necesita combinar los factores económicos y es precisamente la persona que desarrolla su habilidad empresarial la encargada de dicha combinación, y puede ser el gerente, administrador, etc.

La producción es un proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios económicos, haciéndolos susceptibles de satisfacer necesidades humanas, o sea incorporándoles utilidad, los factores productivos o factores de producción son aquellos recursos, materiales o no, que al ser combinados en el proceso de producción agregan valor para la elaboración de bienes y servicios.

**Tipos de Costos** según Méndez (2010), existen cuatro tipos de costos:

- **Costos Totales**

Estos incurren en la operación de una empresa durante un periodo dado, se cuantifican sumando sus costos fijos y variables. El costo total varía especialmente cuando existe al aumento en el nivel de producción, esto se da cuando existe un aumento principalmente del costo variable.

- **Costos variables**

Según Nordhaus (2005), el costo variable representa los gastos que varían con el nivel de producción como las materias primas, los salarios y el combustible y comprende todos los costes que no son fijos. Podría decirse que son desembolsos que la empresa realiza una vez que se inicia el proceso productivo. También son

aquellos que se incrementan cuando la producción aumenta, y cuya duración es igual o menor que el ciclo de producción.

Como ejemplo de costo variable se tiene mano de obra, alimentos, medicamentos.

- **Costos de Materiales**

Están relacionados con los principales recursos que se usan en la producción. Los costos de materiales, son aquellos que se transforman en bienes terminados con adición de la mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. Aquí se encuentran aquellos de adquisición de materiales que con el tiempo se convierte en parte del producto final y a los cuales puede realizarse un seguimiento en forma económicamente factible. El costo de los materiales puede dividirse en materiales directos e indirectos. Los materiales directos son los que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con este y representan el principal costo de materiales en la elaboración del producto, mientras que los Materiales indirectos están involucrados en la elaboración de un producto y se incluyen como parte de los costos indirectos de fabricación.

Los costos como variable estratégica de la organización, representa el valor económico de los recursos que la empresa consume en el desarrollo de sus actividades. El análisis de los elementos de los costos de producción: materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, es imprescindible en esta investigación.

- **Costos fijos**

Son desembolsos que la empresa realiza en forma forzosa y constante independientemente del volumen de producción. Es decir, son aquellos no varían con la cantidad producida y tiene duración superior a corto plazo, por ello su renovación sucede a largo plazo. En los costos fijos se incluyen los gastos de la infraestructura y equipamiento como los comederos, bebederos, galpones, etc.



## **Reproducción de cuyes**

La reproducción no es más que el acto que permite perpetuar a las especies, es el cruce de la hembra y el macho para fecundar un embrión que luego dará origen a un nuevo animal.

Ciclo estral. Los cuyes son poliestrales durante todo el año. Los celos aparecen cada 16 días y es la época propicia para que la hembra quede preñada. El ciclo estral desaparece con la preñez.

## **Generalidades**

El cuy es un animal conocido con varios nombres según la región (cuye, curi, conejillo de indias, rata de América, guinea pig, etc.), se considera nocturno, inofensivo, nervioso y sensible al frío.

Los cuyes nacen con los ojos abiertos, cubiertos de pelo, caminan y comen al poco tiempo de nacidos por su propia cuenta. A la semana de edad duplican su peso debido a que la leche de las hembras es muy nutritiva. El peso al nacer depende de la nutrición y número de la camada y viven por un lapso aproximado de 8 años. Su explotación es conveniente por 18 meses debido a que el rendimiento disminuye con la edad.

El cuy se ha adaptado a una gran variedad de productos para su alimentación que van desde los desperdicios de cocina y cosechas hasta los forrajes y concentrados. La alimentación es un aspecto importante en la crianza de cuyes ya que de esto depende el rendimiento y calidad de los animales.

## **Tipos de cuyes**

Cuando se habla de cuyes no se puede referir a razas debido a la diversidad de cruces que han tenidos estos animales desde hace muchos años de manera

incontrolada. En el Perú los programas establecidos por el gobierno han obtenido nuevas especies de cuyes sin todavía definir razas. Por eso los cuyes se han clasificado por tipos, tomando en cuenta características como el pelaje y la conformación del cuerpo.

**Según su pelaje hay cuatro tipos:**

- **TIPO 1:** De pelo corto, lacio y pegado al cuerpo pudiendo presentar un remolino en la frente. Este es uno de los tipos que presentan mejores características para producción de carne. Sus incrementos de peso son superiores a los de los tipos 3 y 4.
- **TIPO 2:** De pelo lacio y corto pero dispuesto en forma de remolino o rosetas distribuidas en diferente grado por todo el cuerpo, lo que aumenta la apariencia del animal. Tiene buenas características para producción de carne, pero su rendimiento es menor al tipo 1.
- **TIPO 3:** De pelo largo, liso, pegado al cuerpo y distribuido en rosetas. No es recomendable para producción de carne debido a que la mayoría de nutrientes los utiliza en el crecimiento de pelo. El abultamiento de pelo en la región de los genitales dificulta el apareamiento.
- **TIPO 4:** De pelo ensortijado o chiroso y de una rara apariencia. Al nacer presentan pelo ensortijado, el cual va perdiendo a medida que se va desarrollando, formándose un pelo áspero y enrizado. Son de tamaño grande y abdomen abultado.

## **Según la conformación del cuerpo hay dos tipos:**

- **TIPO A.** Forma redondeada, cabeza corta y ancha, temperamento tranquilo. Son animales para la producción de carne que al cabo de tres meses alcanzan un peso ideal para el sacrificio.
- **TIPO B.** Tienen forma angular, cabeza alargada, temperamento nervioso, bajo incremento de peso y baja conversión alimenticia. En este tipo se clasifican a los cuyes criollos existentes en nuestro país.

## **Factores principales para la crianza de cuyes**

### **Nutrición y alimentación**

El cuy, especie herbívora monogástrica, tiene dos tipos de digestión: la enzimática, a nivel del estómago e intestino delgado, y la microbial, a nivel del ciego. Su mayor o menor actividad depende de la composición de la ración alimenticia. Este factor contribuye a dar versatilidad a los sistemas de alimentación.

Los sistemas de alimentación son de tres tipos: con forraje, con forraje más balanceados, y con balanceados más agua y vitamina C. Estos sistemas pueden aplicarse en forma individual o alternada, de acuerdo con la disponibilidad de alimento existente en el sistema de producción (familiar, familiar-comercial o comercial) y su costo a lo largo del año.

En la explotación tradicional la alimentación del cuy es del 80% a base de pastos verdes y algunas malezas, suplementada en ocasiones con desperdicios de cocina y hortalizas. Este sistema de alimentación no llena los requisitos mínimos nutricionales del animal presentándose susceptibilidad a enfermedades, índices bajos de natalidad y pesos bajos al nacimiento y destete.

## **Existen dos clases de alimentación**

- **Alimentación con forraje**

Generalmente su alimentación es a base de forraje verde en un 80% ante diferentes tipos de alimentos nuestra preferencia por los pastos, los cuales deben ser una mezcla entre gramíneas y leguminosas con el fin de balancear los nutrientes. Así mismo, se pueden utilizar hortalizas, desperdicios de cocina especialmente cáscara de papa por su alto contenido de vitamina C.

Los forrajes más utilizados en la alimentación son: alfalfa, ray grass, pasto azul, trébol y avena, entre otros.

- **Alimentación mixta**

En este tipo de alimentación se considera al suministro de forraje más un balanceado, pudiendo utilizarse afrecho de trigo más alfalfa, los cuales han demostrado superioridad del comportamiento de los cuyes cuando reciben un suplemento alimenticio conformado por una ración balanceada.

Aunque los herbívoros, en este caso los cuyes, pueden sobrevivir con raciones exclusivas de pasto, los requerimientos de una ración balanceada con un alto contenido de proteína, grasa y minerales es realmente importante.

## **Alojamiento e instalaciones para cuyes**

En diagnósticos y estudios realizados se demuestra que en la forma tradicional de criar cuyes en las zonas rurales, estos conviven con humanos en cocinas y/o dormitorios, lo que ocasiona graves enfermedades tanto para cuyes como humanos. Esta manera de albergar cuyes no permite llevar a cabo ninguna práctica para un manejo técnico.

Para proyectar una necesidad de instalaciones debe tenerse en cuenta el tamaño de la explotación, el cual depende del mercado, disponibilidad de alimento forraje y balanceado, mano de obra y costos de producción.

- Ubicación de las instalaciones
  - El lugar debe tener un acceso fácil, cercano pero separado a la vivienda.
  - Estar seguro de animales depredadores y gente extraña.
  - Alejado o protegido de corrientes fuertes de aire.

## **Descripción Conceptual de la Variable dependiente: Ingresos Económicos**

### **Política Económica**

Para Parkin (1998), es la actividad que desarrolla el Gobierno en el campo económico. Supone una serie de medidas de intervención del Estado, pero el fin más importante que debe proponerse toda política económica, es el de obtener el máximo de bienestar posible de la población en su conjunto.

En general, son las clases sociales las que definen la política económica de un país en un momento dado, según su capacidad de lucha política.

Para Buchelli (2010), —Es la fijación de objetivos y adecuaciones de los medios que se emplearán, son el resultado de un proceso muchas veces largo, donde el principal protagonista es el Gobierno, pero en el cual interviene diversos agentes cuya influencia es diversa según las circunstancias, pero que muy a menudo adquieren importancia relevante.

Existen tres elementos básicos de la política económica:

- Gobierno: entidad que lleva a cabo la política económica
- Instrumentos: medios o formas de actuar del gobierno
- Objetivos: fines que se desea alcanzar

## Principales objetivos de la Política Económica

- Crecimiento económico
- Pleno empleo
- Estabilidad de precios
- Distribución de la renta y la riqueza
- Equilibrio de la balanza de pagos

Es la estrategia que formulan los gobiernos, para manejar la economía de los países. Para poder estructurar esta estrategia, se hace uso de diferentes herramientas políticas, como la monetaria a través de la distribución del dinero, que puede generar efectos sobre el crecimiento económico o tasas de interés; la fiscal, a través de decisiones de gasto público e impuestos; y por último la comercial, o de comercio exterior, que tiene efectos sobre los ingresos del estado y por tanto a su vez afecta las inversiones que este mismo haga.

Según Gonzaga (2010), La política económica influye sobre muchos aspectos del desarrollo de la sociedad y, sobretodo, en sus fuerzas productivas. Actualmente en los países capitalistas la burguesía es la se interesa por tomar gran parte en la economía, por jugar un papel importante en las políticas de Estado que se influncian con la economía, ya que si ésta tiene poder, la propiedad privada es la que regula la productividad. (Internet: 2010).

Sistema de medidas económicas que el Estado aplica en interés de las clases dominantes. La política económica influye sobre muchos aspectos del desarrollo de la sociedad y, ante todo, sobre sus fuerzas productivas. El carácter, la orientación social y la extensión de la influencia que ejerce la política económica son totalmente determinados por el régimen político-social, por las leyes objetivas de su desarrollo.

## **Microeconomía**

Según Masaki (2010), La microeconomía se concentra en las personas y en los negocios individuales. En el caso de las personas explica, como se comportan cuando se enfrentan a decisiones sobre cómo gastar su dinero.

La microeconomía se basa en gran medida en la utilización de la teoría, la cual puede ayudar (simplificando) a explicar cómo se comportan las unidades económicas y a predecir cómo será su conducta en el futuro.

Según Freire Rubio (2006), microeconomía es la rama de la economía que estudia cada unidad (consumidor, productor, empresas, etc.) y las relaciones entre estas unidades, dentro de un determinado marco de producción y distribución de los bienes y servicios.

Según Guerrien (1998), La Microeconomía es la disciplina de la economía que se encarga de describir y analizar el comportamiento económico de las unidades individuales capaces de tomar decisiones, principalmente consumidores, propietarios de recursos y sociedades comerciales en una economía de libre empresa. El objetivo de la teoría microeconómica es predecir con la mayor exactitud posible dicho comportamiento, explicando que el resultado es una consecuencia lógica de unos supuestos basados en observaciones previas.

Los agentes económicos presentan diversas necesidades, cuya satisfacción se halla limitada por la disponibilidad de factores de producción (capital, trabajo y materias primas). La Microeconomía pretende determinar cómo se asignan estos recursos para satisfacer las diferentes necesidades, que pueden ser básicas (alimento, vestido, techo) o más sofisticadas, de índole estética, espiritual o material.

Los elementos más importantes de la Microeconomía se utilizan para describir:

- **Oferta:** Es la forma en que las empresas deciden qué y cuántos bienes y servicios producirán, y con qué combinación de factores productivos.
- **Demanda:** Es la forma en que los individuos y/o las familias (economías domésticas) determinan su demanda de bienes y servicios.
- **Equilibrio:** Es la forma en que los mercados relacionan la oferta y la demanda.

La microeconomía estudia el comportamiento de las unidades individuales, como las familias y las empresas, es decir, buscar conocer la forma en que consumidores y productores toman sus decisiones individuales, siendo elementos de esta la oferta, la demanda, y el equilibrio. La oferta es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

### **Indicadores Financieros**

Según Zapata (2008), “Informes que se elaboran al finalizar un período contable, con el objeto de proporcionar información sobre situación económica y financiera de la empresa. Ésta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”.

Luego de analizar el contenido anterior se pudo concluir que los estados financieros son el resultado de las operaciones contables y financieras, reflejados en una utilidad o pérdida de empresa, para la posterior toma de decisiones.

Según Zapata Sánchez (2007), “Es una relación entre dos cantidades de los estados financieros; pueden existir decenas de razones el analista deberá decidir cuáles son las razones que va a calcular dependiendo los objetivos que desee alcanzar.”

Concluimos que los Indicadores Financieros se basan en la comparación de dos cantidades financieras para conocer los cambios en incremento o decremento de un periodo a otro.



Podemos concluir que los indicadores son herramientas para medir la analogía que existe entre dos variables a comparar, con la finalidad obtener información para tomar correctivos

## **Ingresos Económicos**

Según CEPAL (2004), La preocupación por la economía familiar es un tema de vital importancia que siempre se tiene en mente. Para ajustar el presupuesto familiar se necesita ser más organizado y llevar un mejor control del gasto diario, partiendo, por supuesto, de los ingresos.

Según Robles (1999), habla sobre el problema de los ingresos de hogares. En el mismo sentido, resulta muy difícil captar los ingresos reales de las personas porque evitan dar la información fielmente, generalmente por motivos tributarios, personales, etc.

Los cambios en el ingreso real de las familias a través de un indicador sustituto o indirecto como por ejemplo el ahorro familiar. Una de las decisiones claves que deben tomar las personas es como repartir su ingreso entre el consumo y el ahorro. Esta decisión afecta su bienestar económico en el tiempo. Las familias que deciden consumir más en el presente ahorran menos, y por tanto, tendrán que consumir menos en el futuro. Viceversa, las familias que optan por consumir menos ahora, podrán consumir más en el futuro. En esto consiste el modelo económico de consumo de dos períodos: presente y futuro.

El gasto del ingreso familiar se distribuye en función de las necesidades prioritarias de alimentación, vivienda y servicio, educación y salud, recreación y el ahorro. Cuando disminuye el ingreso familiar por ejemplo, el efecto esperado está en función de la teoría de las perspectivas. En las familias de clase media y baja, una caída en el ingreso tiende a afectar inicialmente al ahorro y a la recreación, posteriormente a salud, educación, servicio y por último a la

alimentación que es la necesidad primaria por excelencia. Al mejorar los ingresos familiares se logra el aumento del consumo y la inversión.

La variación de la desigualdad del ingreso a través del tiempo se debe, en gran medida, a cambios en la estructura productiva, las políticas económicas y la acción social de agentes públicos y privados.

Estudios recientes nos muestran que la concentración del ingreso de los hogares observada en la última década se debió principalmente a una mayor desigualdad entre la capacidad de generar ingresos de los hogares encabezados por jefes de hogar calificados en comparación con los no calificados, y aquellos que tienen a jefes/as que trabajan en el sector moderno en comparación con el sector informal.

Estos resultados son consistentes con la hipótesis de que la mayor desigualdad del ingreso está asociada con la liberalización comercial de la economía en este período, la cual desplazó la demanda de mano de obra hacia trabajadores con mayores niveles de educación y empujó a los trabajadores no calificados hacia el sector informal.

Durante el período de recesión económica de 1995 a 1999, el desempleo y la contracción económica reforzaron la tendencia concentradora del ingreso.

En el ámbito de la economía, el concepto de ingresos es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar. Entendemos por ingresos a todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo ganancia.

Como se puede ver entonces, el término ingresos se relaciona tanto con diversos aspectos económicos pero también sociales ya que la existencia o no de los

mismos puede determinar el tipo de calidad de vida de una familia o individuo, así como también las capacidades productivas de una empresa o entidad económica.

Los ingresos sirven además como motor para la futura inversión y crecimiento ya que, aparte de servir para mejorar las condiciones de vida, pueden ser utilizados en parte para mantener y acrecentar la dinámica productiva. Se genera así un flujo de elementos (que pueden ser o no dinero) que entra en constante movimiento y dinamismo. Nivel ingreso es una de las medidas de la capacidad de consumo más frecuentemente utilizadas.

Existen ingresos operacionales y no operacionales según Gerencie (2015), nos dice:

- **Ingresos Operacionales.-** son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Por lo general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas principales, y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales.
- **Ingresos No Operacionales.-** son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.

Una forma de identificar cuando un ingreso es no operacional, es primero determinando cual es la actividad económica principal de la empresa. Esto se consigue consultando o bien la Escritura pública o el Registro mercantil. Allí están enumeradas las actividades que la empresa desarrolla y que comúnmente se conoce como objeto social.

El objeto social de la empresa, es a lo que ésta se dedica. Una empresa se forma para desarrollar una o más actividades específicas, actividades que se enuncian en la escritura de constitución y/o en el registro mercantil.

## Clasificación de los ingresos

- **Ingresos Ordinarios.-** Los ingresos ordinarios son aquellos que se obtienen de forma habitual y frecuente; por ejemplo el salario de un trabajador que se ocupa en un trabajo estable, o las ventas de una empresa a un cliente que compra periódicamente o de forma habitual.
- **Ingresos extraordinarios.-** son aquellos que provienen de acontecimientos especiales; por ejemplo un negocio inesperado por parte de una persona o una emisión de bonos por parte de un gobierno.

**Tipos de ingresos:** Existen dos tipos de ingresos según el CONAC (consejo nacional de armonización contable) (2014)

- **Ingresos corrientes:** son recursos de los entes públicos que no suponen una contraprestación efectiva y provienen de impuestos (ingresos tributarios), venta de bienes y servicios a precios no de mercado o de mercado en el caso de las entidades empresariales, rentas de la propiedad, productos, derechos y aprovechamientos corrientes, así como las transferencias, asignaciones y donativos recibidos para financiar gastos corrientes.
- **Ingresos de capital:** Son aquellos ingresos de los entes públicos provenientes básicamente de la disminución de activos no financieros, autofinanciamiento derivado del incremento de la depreciación y amortización acumulada, transferencias recibidas para financiar gastos de capital y de la recuperación de inversiones financieras realizadas con fines de política para aplicar a gastos de capital.

## **2.5. Hipótesis.**

La producción de cuyes incide significativamente en los ingresos económicos de las familias productoras de crías menores de la parroquia de Quisapincha en el Cantón Ambato en la provincia de Tungurahua.

## **2.6. Señalamiento de las variables.**

### **Variable Independiente:**

Producción

### **Variable dependiente:**

Ingresos económicos

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Enfoque de la Investigación

Según Hernández Sampieri (2006) “El enfoque cualitativo se guía por áreas o temas significativos de la investigación, sin embargo en lugar de que la claridad sobre la pregunta de investigación e hipótesis preceda a la recolección y análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos) los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes y después, para refinarlas y responderlas”.

Giroux, S. y Tremblay, G. (2004) mencionan que “El enfoque cualitativo, que abarca las tendencias interpretativa, fenomenológica, hermenéutica, naturalista y etnográfica que figuran en la investigación socio-educativa desde los años 70 es una manera de abordar el estudio de los fenómenos que hace hincapié en la comprensión es decir, se fundamenta en una perspectiva interpretativa que tiene como punto focal el entendimiento de lo que significan las acciones de las personas y sus instituciones, la “realidad” es definida en el enfoque cualitativo a través de cómo interpretan su propia realidad los que participan en la investigación, realidades que van modificándose conforme transcurre el estudio y que representan las fuentes de datos del investigador, quien se introduce en las experiencias de los participantes, consciente de que es parte del fenómeno que estudia”.

El enfoque cualitativo será utilizado en esta investigación, ésta parte del paradigma crítico propositivo ayudará a comprender de mejor manera el origen, las causas y los ingresos económicos de las familias de Quisapincha, de la misma

forma orientará a una observación naturalista, es decir, se estará en contacto con las personas que se dedican a la crianza de cuyes de la provincia de Tungurahua.

### **3.2. Modalidad Básica de la Investigación**

#### **Investigación de Campo.**

Según García Ferrado (2007) “La investigación de campo es la que se realiza directamente en el medio donde se presenta el fenómeno de estudio. Entre las herramientas de apoyo para este tipo de investigación se encuentran el cuestionario, la entrevista, la encuesta, la observación y la experimentación.”

Según Franco Olea (2001) “Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Como es compatible desarrollar este tipo de investigación junto a la investigación de carácter documental, se recomienda que primero se consulten las fuentes de la de carácter documental, a fin de evitar una duplicidad de trabajos”.

Según Tamayo (2001), es aquella que “se realiza con la presencia del investigador o científico en el lugar de ocurrencia del fenómeno, en este caso los investigadores obtuvieron la información directamente de la fuente, es decir, en el sector objeto de estudio”.

En esta modalidad se tomará contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos es decir que en este tipo de investigación se recurre al lugar de los hechos, por consiguiente se tendrá contacto las familias que se dedican a la crianza de especies menores de la parroquia de Quisapincha.

Para ello será necesario que nos pongamos en contacto con las personas que crían cuyes para que nos ayuden con la información necesaria al caso.

La técnica a utilizar será la encuesta, debido a que, nos ayudará a despejar de la mejor manera dudas o inquietudes de la organización.

### **Investigación Bibliográfica**

Según García Ferrado (2007) “La investigación de carácter bibliográfica se apoya en la recopilación de antecedentes a través de documentos gráficos formales e informales, cualquiera que éstos sean, donde el investigador fundamenta y complementa su investigación con lo aportado por diferentes autores. Los materiales de consulta suelen ser las fuentes bibliográficas, iconográficas, fonográficas y algunos medios magnéticos”

Según Franco Olea (2001) “Es la revisión bibliográfica del tema para conocer el estado de la cuestión. La búsqueda, recopilación, organización, valoración, crítica e información bibliográfica sobre un tema específico tiene un valor, pues evita la dispersión de publicaciones o permite la visión panorámica de un problema”.

Este tipo de investigación tiene el propósito de conocer, comparar, ampliar, profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos, por lo tanto en el presente trabajo de investigación se utilizará la documentación acorde a las variables.

### **3.3. Nivel o Tipo de la Investigación.**

#### **Investigación Exploratoria.**

“Es la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación.” FRBB (2012).



Según Hernández Sampiri (1991) “Se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables.”

En el presente trabajo de investigación se aplicará la Investigación Exploratoria, en un comienzo hasta adentrarse e involucrarse en el objeto de estudio a alcanzar, estando en un contacto con la realidad, puesto que permite identificar, familiarizar, formular objetivos e hipótesis del problema objeto de estudio.

### **Investigación descriptiva.**

“Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Al igual que la investigación que hemos descrito anteriormente, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad.”  
FRBB (2012).

Según Sabino (1992) “Implica por parte del investigador la capacidad y disposición de evaluar y exponer, en forma detallada, las características del objeto de estudio. Además, estos estudios permiten poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos del autor del estudio, ya que evidencia el nivel cognitivo y operativo de conceptos y categorías relacionados con el tema”

La Investigación Descriptiva, permitirá ser más profundo y explícito en el estudio a través de esta investigación se detallará las características más importantes del problema, tal cual como se manifiestan en su origen, utilizando todos los medios de recolección de información necesaria para el desarrollo del problema objeto de estudio como son las encuestas y observación realizando un trabajo un poco más exigente que el anterior para verificar más concretamente la reacción y comportamiento de las personas que se dedican a la crianza de cuyes frente a la situación actual.

### **3.4. Población y Muestra**

#### **3.3.1. Población**

Para Sábado **(2009)**, es el conjunto de todos los individuos que cumplen ciertas propiedades y de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Podemos entender que una población abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entendiendo que todos ellos han de poder ser identificados. La población deberá ser definida sobre la base de las características que la delimitan, que la identifican y que permiten la posterior selección de unos elementos que se puedan entender como representativos.

La población en esta investigación será conformada por las 80 familias dedicadas a la crianza de cuyes en la parroquia de Quisapincha, cantón Ambato de la provincia de Tungurahua.

### 3.3.2. Muestra

Según Sábado (2009), es una parte o un subconjunto de la población en el que se observa el fenómeno a estudiar y de donde sacaremos unas conclusiones generalizadas a toda la población. Se considera una muestra grande cuando el número de individuos es igual o mayor de 30; por lo tanto muestra pequeña es cuando existen individuos menores de 30.

Es una porción de algo. Si deseamos preguntar a un conjunto de cinco mil personas su opinión sobre determinado fenómeno, tenemos dos opciones: efectuar las preguntas persona por persona o efectuar las preguntas solamente a una muestra de estas personas, es decir, a un grupo de elementos representativos de ese conjunto.

#### Fórmula para determinar la muestra

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + z^2 * p * q}$$

N= Familias productoras

k= Nivel de confiabilidad 95% Z=1.96

e= Error de muestreo 0.05 (5%)

p= Probabilidad de ocurrencia 0.5

q= Probabilidad de no ocurrencia 1- 0.5= 0.5

n= Tamaño de la muestra es 20

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 80}{((0.05)^2 * (80 - 1)) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 20$$

### 3.4. Operacionalización de las Variables.

#### Variable Independiente: Producción

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
<p>Producción se conceptualiza como: Es un sistema de pasos ágilmente interrelacionados, en el que intervienen varios elementos como los recursos que son los factores empleados, las acciones o pasos para la elaboración del bien y los resultados o también llamados productos finales. Para su posterior salida a la comercialización en el mercado.</p>	Recursos	Financieros	¿Cree usted que los recursos financieros están satisfaciendo los costos y gastos operativos de la empresa?	Encuesta a los productores de cuyes Cuestionario 1
		Recurso Humano	¿Los empleados cumplen a cabalidad con las funciones a ellos encomendados?	Encuesta a los productores de cuyes Cuestionario 1
	Las Acciones	Materiales	¿Las materias primas existentes abastecen los requerimientos de la producción?	Encuesta a los productores de cuyes Cuestionario 1
		Productivas	¿La capacidad productiva de la empresa está siendo ocupada en su totalidad?	Encuesta a los productores de cuyes Cuestionario 1
Resultados	Producto final	¿Cree usted que está satisfaciendo al cliente con su producto?	Encuesta a los productores de cuyes Cuestionario 1	

Cuadro 1. Operacionalización de la Variable Independiente  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### Variable Dependiente: Ingresos Económicos

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
<p><b>Ingresos Económicos</b></p> <p>Son los ingresos económicos que recibe una persona ya sea que estos provengan de alguna actividad económica, sueldos o salarios, rentas, intereses o utilidades</p>	<p>Ingresos Económicos</p>	<p>Sueldos o salarios</p> <p>Ingresos por la venta de cuyes</p> <p>Otros ingresos</p>	<p>¿Recibe usted un sueldo o salario?</p> <p>¿Cuál es el sueldo o salario que recibe?</p> <p>¿Cuál es el precio promedio en el que usted vende un cuy?</p> <p>¿Tiene usted un ingreso adicional que no sea de la venta de cuyes?</p>	<p>Encuestas a los productores de cuyes. Cuestionario estructurado</p> <p>Encuestas a los productores de cuyes. Cuestionario estructurado</p> <p>Encuestas a los productores de cuyes. Cuestionario estructurado</p>

Cuadro 2. Operacionalización de la Variable Dependiente  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### 3.5. Plan de Recolección de Información.

¿Qué?	La producción de cuyes y su incidencia en los ingresos económicos de las familias de la parroquia de Quisapincha, cantón Ambato en la provincia de Tungurahua.
¿Para qué?	Determinar la incidencia en los ingresos económicos de las familias y la producción de cuyes de la parroquia de Quisapincha de la provincia de Tungurahua.
¿De qué personas o sujetos?	La recolección de información se aplicará a las personas que se dedican a la crianza de cuyes en la parroquia de Quisapincha de la provincia de Tungurahua.
¿Sobre qué aspectos?	Los datos se basarán en los ingresos económicos de las familias de Quisapincha
¿Quién?	Este trabajo de investigación será llevado a cabo por Raquel Borja
¿Cuándo?	La recolección de información se efectuará en el segundo trimestre del año 2013
¿Dónde?	El lugar donde se recolecte la información será en la parroquia de Quisapincha y el mercado América.
¿Cuántas veces?	La recolección de información se realizará según el caso lo amerite.
¿Qué técnicas de recolección?	Se empleó la técnica de la encuesta
¿Con qué?	Para ello se elaboró un cuestionario y ficha de observación
¿En qué situación?	En el mercado América en el momento que los comerciantes vendan los cuyes. Y en la parroquia de Quisapincha en los domicilios de los que se dedican a la crianza de cuyes.

Cuadro 3. Plan de Recolección de Información.  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **3.6. Plan de procesamiento de la Información.**

Para procesar la información de la presente investigación se realizará de la siguiente manera:

Se recolectará toda la información y se procederá a la revisión de la información para ello, se utilizarán herramientas estadísticas que, permitirán medir cada variable con sus indicadores para de esta manera proceder a tabular y presentar gráficos estadísticos con sus respectivos análisis apoyados en el marco teórico.

Todas las preguntas serán codificadas y asignadas con sus respectivas categorizaciones, para que ayude a realizar un proceso de tabulación fácil y comprensible.

Ya obtenida la información y tabulada de una forma clara buscaremos las mejores alternativas de solución para ayudar a las personas que se dedican a la crianza de cuyes y poder comercializar el producto.

Luego de obtener la información analizada la interpretaremos para comprender de una forma clara los resultados que presenta y su significado.



## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1. Análisis de datos**

Con la encuesta realizada a los productores de crías de especies menores de la provincia de Tungurahua se puede establecer que las familias de la parroquia de Quisapincha tienen un ingreso a base de la producción de cuyes, a pesar de ser el cuero el principal medio de ingreso y después la agricultura; las familias de esta parroquia también se dedican a la producción de crías menores que es otro medio económico para que puedan subsistir estas personas.

Los resultados que a continuación se presentan fueron obtenidos de la encuesta, que se aplicó a 20 familias que se dedican a la crianza y comercialización de cuyes en el Barrio Condezán, en la parroquia de Quisapincha de la provincia de Tungurahua.

Se ha recopilado información apta y sustancial para hacer un estudio sobre la producción de cuyes, teniendo como objetivo optimizar los recursos para que las familias de Quisapincha tengan mejores ingresos económicos.

## Pregunta1. Género de los productores de crías menores

Tabla 1. Género

GÉNERO	f	%
Masculino	5	25
Femenino	15	75
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

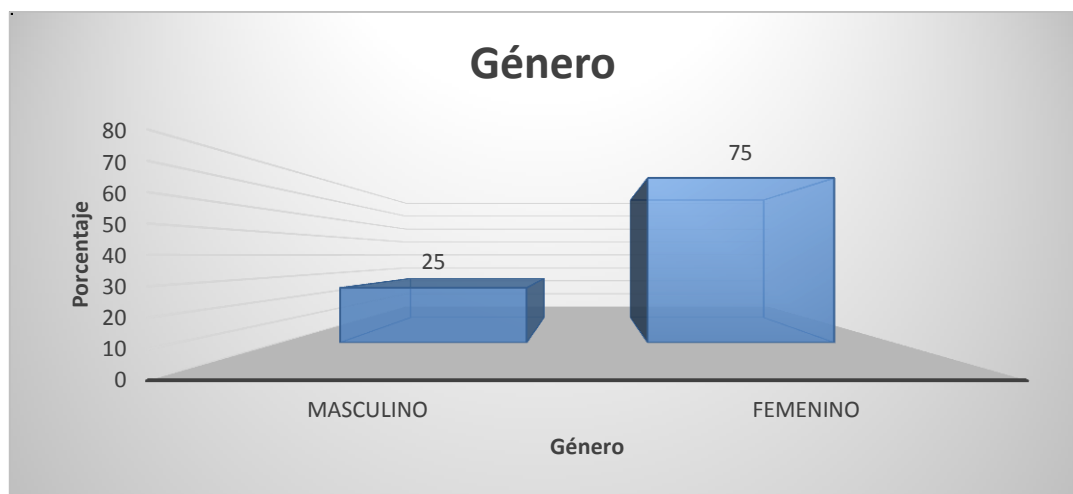


Gráfico 5. Género  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación, la participación del género femenino es muy significativa como así lo demuestran el 75% de involucradas, solamente el 25% de los hombres tienen esta actividad económica como parte de su ocupación.

### Interpretación:

Existe una mayoría en cuanto a las mujeres debido a que están dedicadas todo el tiempo a la crianza de cuyes. En relación a los hombres que tienen otras ocupaciones de mayor interés.

## Pregunta 2. Edad de los productores de crías menores

Tabla 2. Edad

EDAD	f	%
30 a 40	4	20
41 a 50	9	45
51 a 60	5	25
mas de 61	2	10
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

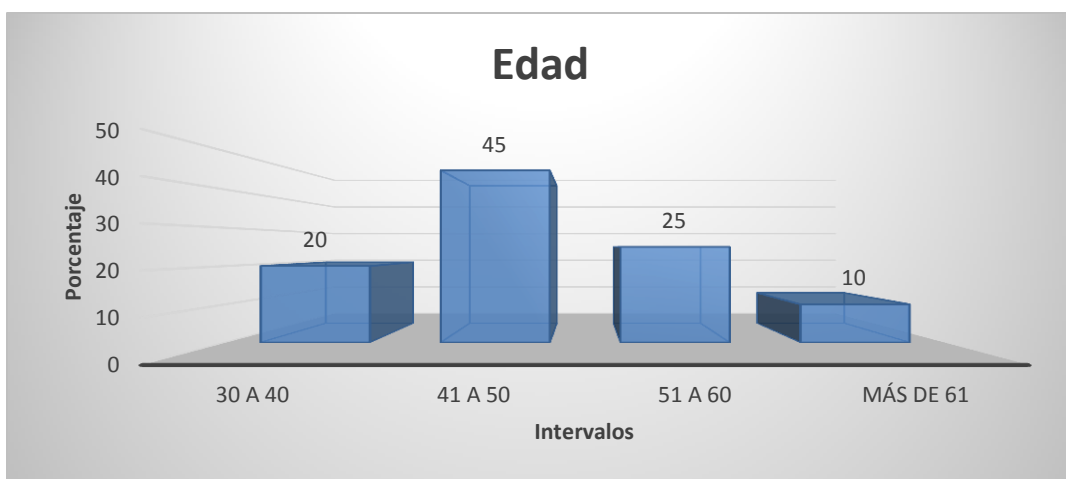


Gráfico 6. Edad

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** Según las encuestas realizadas el 45% de las personas productoras de crías menores tienen una edad promedio entre 41 a 50 años entre hombres y mujeres, mientras que solo el 10% son personas que superan los 61 años.

### Interpretación:

Las personas de edad de 41 a 50 años se dedican a la crianza de cuyes en comparación a las personas de la edad de más de 61 años, son personas que no se dedican mucho a esta actividad.

### Pregunta 3. ¿Qué tipo de cuyes produce usted?

Tabla 3. Razas

RAZAS	TIPOS	f	%
De raza	Inglesa	0	0
	Abisinia	0	0
	Peruana	6	30
De campo	Línea Peruana	14	70
	Línea Andina	0	0
	Línea Inti	0	0
	Línea Inca	0	0
<b>TOTAL</b>		<b>20</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

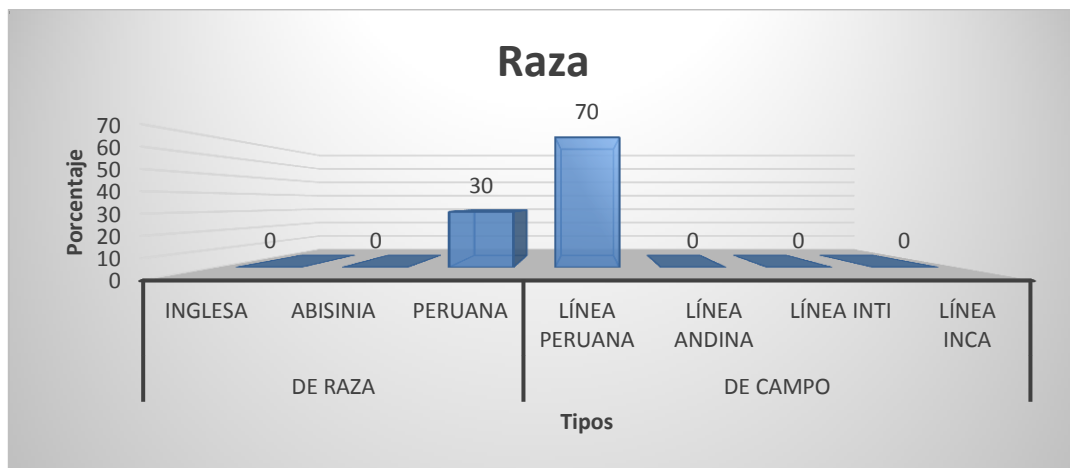


Gráfico 7. Raza

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la investigación realizada a los cuyicultores el 70% de las personas crían cuyes de campo de línea peruana, mientras que, el 30% crían cuyes de raza peruana.

**Interpretación:** En cuanto a la raza de línea peruana es más utilizada. Ya que el cuy es de tamaño grande y tiene un costo aceptable en el mercado.

#### Pregunta 4. ¿Cuántos cuyes vende semanalmente?

Tabla 4. Ventas

VENTAS	f	%
De 1 a 5	12	60%
De 6 a 10	7	35%
De 15 a 20	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

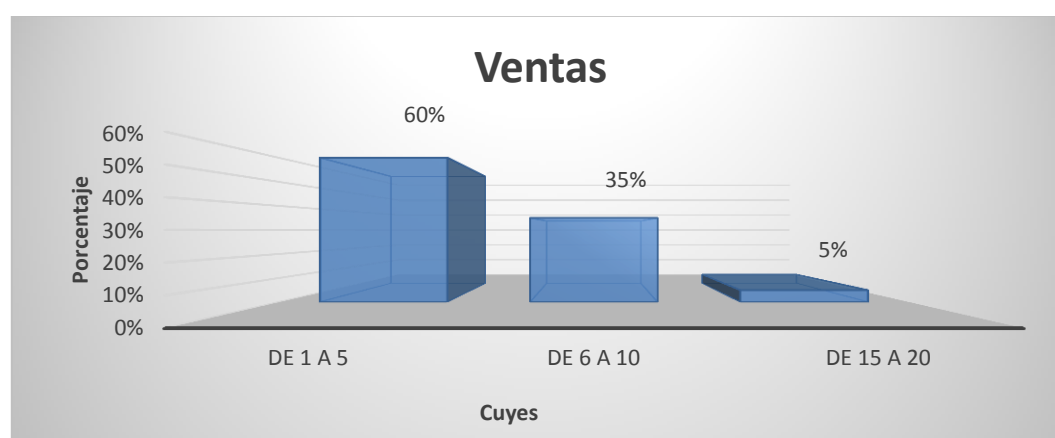


Gráfico 8. Ventas

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación los comercializadores de cuyes venden entre 1 a 5 cuyes semanalmente siendo el 60%; en cambio tan solo el 5% se venden de 15 a 20 cuyes semanalmente.

#### **Interpretación:**

Según la encuesta realizada las personas comercializan hasta cinco cuyes por semana. Ya que no todo el tiempo están dedicados a esta actividad. Mientras que solo hay un 5 % que si se dedican a esta actividad a tiempo completo y venden hasta 20 cuyes semanalmente.

## Pregunta 5. ¿En valor promedio cuál es el precio de venta de un cuy?

Tabla 5. Precio Promedio

PRECIO PROMEDIO	F	%
De 4 a 6	11	55%
De 7 a 9	3	15%
De 10 a 12	6	30%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

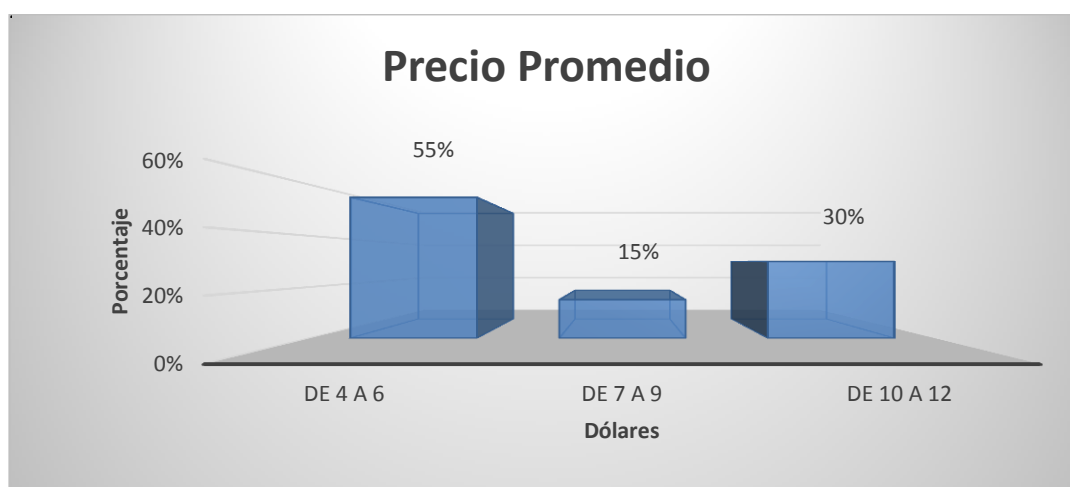


Gráfico 9. Precio promedio  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** Según las encuestas realizadas a las familias de la parroquia de Quisapincha venden los cuyes en un valor promedio de 4 a 6 dólares ocupando el 55% de la actividad, en cambio de 10 a 12 dólares son el 30% y el 15% son de 7 a 9 dólares.

### Interpretación:

El precio que se encuentra en el mercado como valor promedio es de 6 dólares. Es por eso que la mayoría ocupa mayor tiempo en esta actividad.

## Pregunta 6. Ud. Vende los cuyes:

Tabla 6. Presentación de venta

PRESENTACIÓN DE VENTA	f	%
Directamente al mercado	9	45%
Intermediarios	10	50%
Asaderos	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

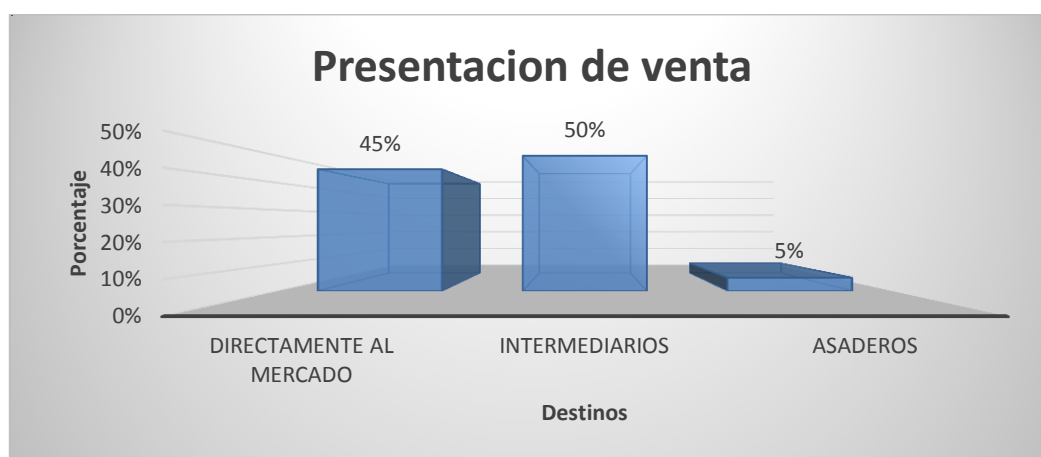


Gráfico 10. Precio promedio  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** El 50% de los productores comercializan los cuyes con intermediarios, mientras que el 45% se venden los cuyes directamente al mercado y pocos son vendidos a los asaderos con 5%.

### Interpretación:

De las personas dedicadas a esta actividad solo el 45% venden su producto directamente al mercado, mientras que el 50% venden a intermediarios.

**Pregunta 7. ¿Con qué cantidad de cuyes de engorde usted inició el proceso de crianza?**

Tabla 7. Cantidad que inicio la crianza de cuyes

CANTIDAD INICIO DE CRIANZA	f	%
De 1 a 10	12	60%
De 11 a 20	3	15%
De 21 a 30	4	20%
Más de 31	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

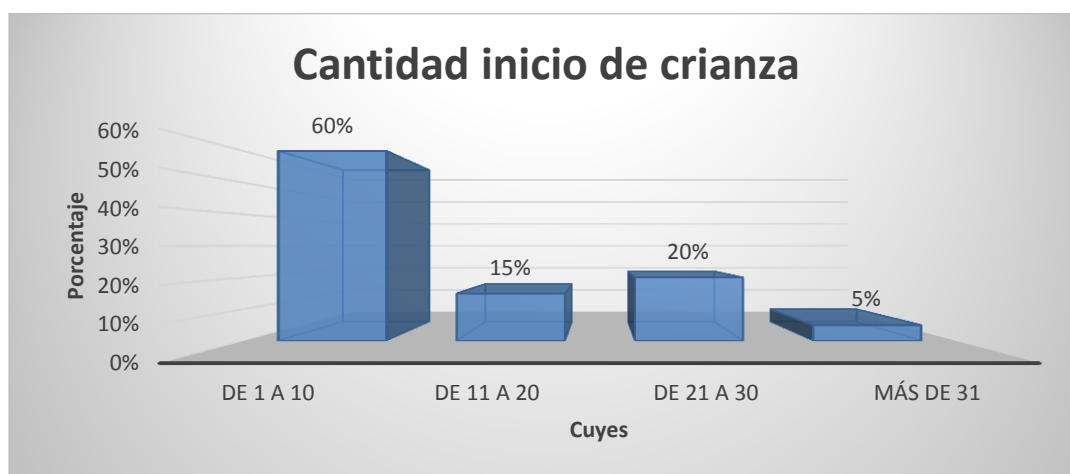


Gráfico 11. Precio promedio  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** El 60% de las personas dedicadas a esta actividad iniciaron el proceso de crianza entre 1 a 10 cuyes, en cambio el 20% de personas entre 21 a 30 cuyes; el 15% personas entre 11 a 20 cuyes y al menos el 5% iniciaron la crianza con más de 31 cuyes.

**Interpretación:**

La mayoría de las familias dedicadas a esta actividad inician hasta con diez cuyes ya que su reproducción es rápida y en cantidades grandes.



### Pregunta 8. En cuanto a la edad, usted compra cuyes de:

Tabla 8. Edad del cuy

EDAD DEL CUY	f	%
1 día	2	10%
1 semana	2	10%
2 semanas	3	15%
1 mes	4	20%
2 meses	6	30%
3 meses	3	15%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

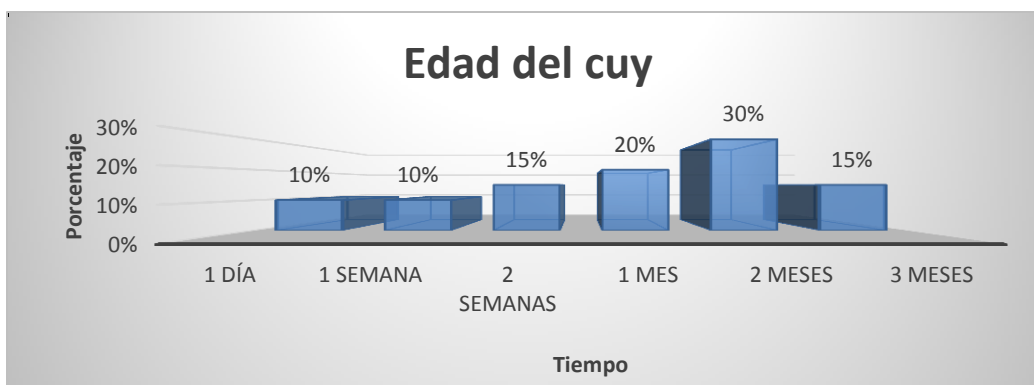


Gráfico 12. Edad del cuy

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** Las personas que se dedican a la crianza de cuyes prefieren en un 30% iniciar el proceso con cuyes de 2 meses de edad, mientras que el 10 % las personas empiezan el proceso de crianza con cuyes de 1 día o de una semana.

#### Interpretación:

Las personas que crían cuyes prefieren comprar cuyes de dos meses de edad es decir en un término medio, ni muy tiernos ni tampoco ya maduros. Para que puedan aparearse y así crecer su reproducción.

### Pregunta 9. ¿Cuál es el costo unitario de los cuyes que usted compra?

Tabla 4.9. Costo unitario

COSTO UNITARIO	f	%
De 1 a 4	12	60%
De 5 a 8	3	15%
Ninguno	5	25%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

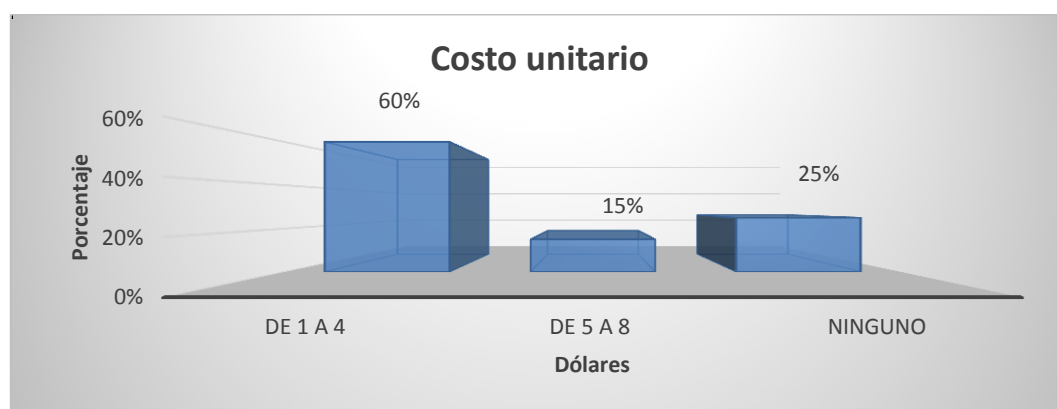


Gráfico 13. Edad del cuy

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** El 60% de las personas dedicadas a la crianza de cuyes manifestaron que los adquirieron a un precio entre 1 y 4 dólares. En cambio el 15% de las personas compraron entre 5 a 8 dólares y el 25% de las personas expresaron que no tuvieron costo alguno los cuyes con los que iniciaron la crianza.

#### **Interpretación:**

La mayoría de personas han comprado los cuyes a un precio entre 1 y 4 dólares, hasta iniciar su propia explotación de cuyes. Tomando en cuenta que esto solo para el inicio porque después ya no hay necesidad comprar más crías.

**Pregunta 10. ¿Cuál es el costo total del balanceado al terminar su proceso productivo?**

Tabla 10. Costo del Balanceado

<b>COSTO BALANCEADO</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
De 1 a 20	6	30%
De 21 a 40	3	15%
De 41 a 60	1	5%
Ninguno	10	50%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

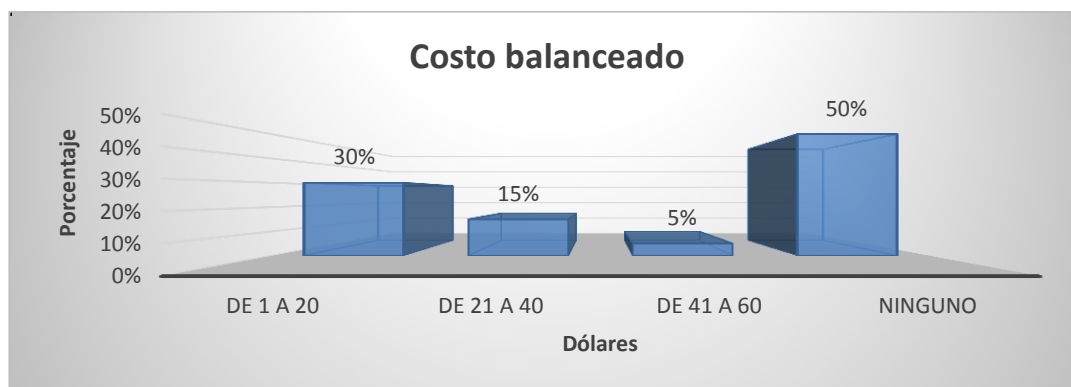


Gráfico 14. Costo balanceado

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** El 50 % de las familias dedicadas a la crianza de cuyes declararon que no tienen costo alguno el balanceado que obtienen para los cuyes ya que sustentan a las crías con yerbas como la alfalfa, el quicuyo y la grama. Mientras que el 30% de las familias dedicadas a esta actividad gastan de 1 a 20 dólares al terminar el proceso productivo.

**Interpretación:**

Según la información recopilada el 50% de las familias no gastaron mayormente en balanceado debido a que tienen otra actividad de trabajo como es la agricultura. Por lo que tienen el suficiente alimento para los cuyes como es la alfalfa entre otras.

**Pregunta 11. ¿Cuál es el costo total de medicinas y vitaminas al terminar su proceso productivo?**

Tabla 11. Costo medicinas y vitaminas

<b>COSTO MEDICINAS Y VITAMINAS</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
De 1 a 10	5	25%
De 11a 20	2	10%
De 21 a 30	3	15%
Ninguno	10	50%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

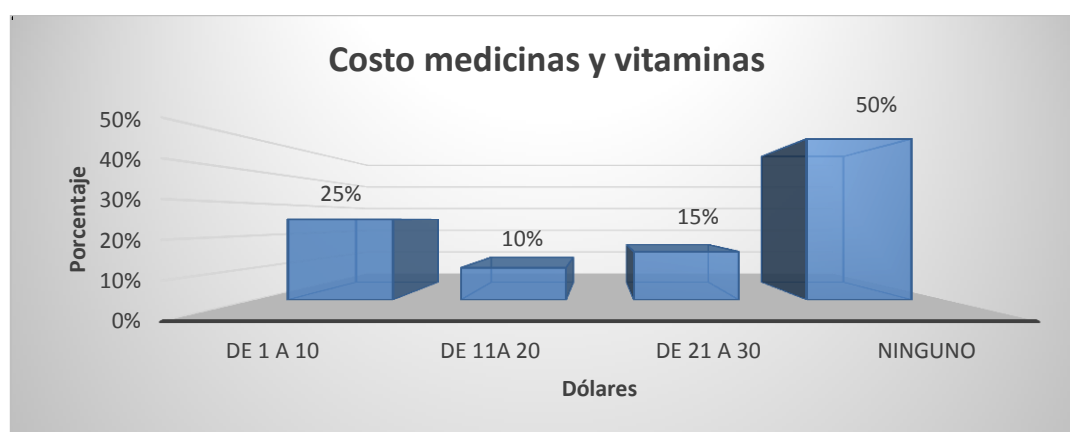


Gráfico 15. Costo medicinas y vitaminas  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación el 50% de los productores de cuyes no tienen gasto alguno en medicinas y vitaminas. En cambio el 25% las personas dedicadas a esta actividad gastan entre 1 a 10 dólares

**Interpretación:**

Las personas afirman no gastar en medicina o vitamina. Porque según ellos sus animales crecen en el campo y eso es suficiente. Porque tienen los cuidados necesarios.

**Pregunta 12. ¿Cuál es la presentación de venta de sus cuyes?:**

Tabla 12. Presentación de venta

PRESENTACIÓN DE VENTA	f	%
En pie (vivos)	18	90%
Pelados	2	10%
Preparados	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

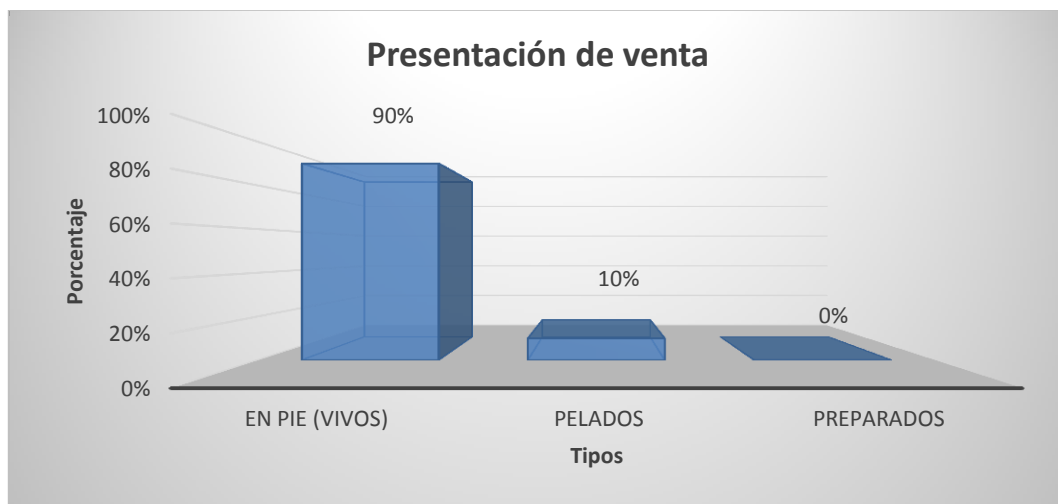


Gráfico 16. Presentación de venta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación se observa que la presentación de venta de las crías menores en un 90% se vende en pies (vivos), y que tan solo con 10% se vende pelados razón por lo que estos tienen mayor costo.

**Interpretación:**

Con un 90% es decir casi todas las personas que venden los cuyes al mercado lo realizan en pie; es decir vivos ya que no cuentan. ya que la gente no requiere con los instrumentos necesarios para hacerlo.

**Pregunta 13. ¿Cuál es el costo en mano de obra hasta terminar el proceso Productivo?**

Tabla 13. Costo mano de obra

Costo mano de obra	f	%
0 a 60	11	55%
61 a 120	7	35%
121 a 180	1	5%
181 a 240	0	0%
241 a 300	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

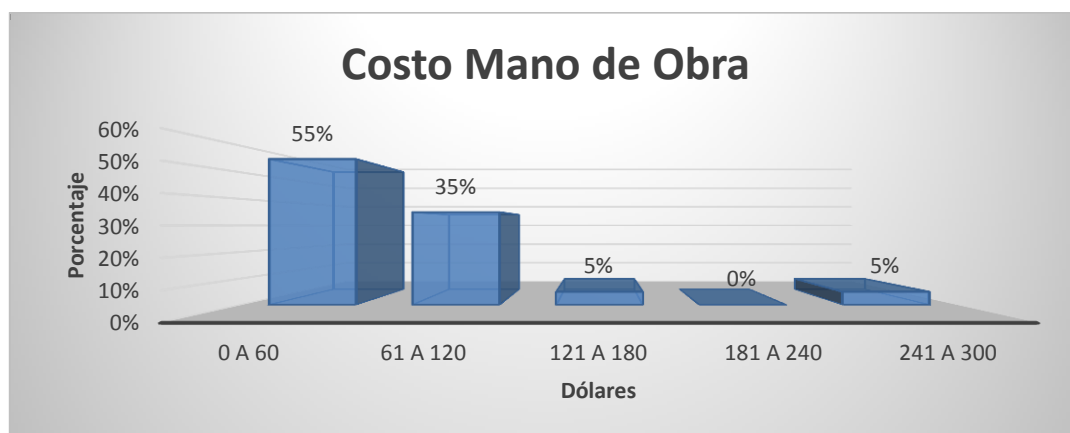


Gráfico 17. Costo mano de obra  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** Durante el proceso de crianza existe un costo de mano de obra, donde el 55% de las personas que se dedican a esta actividad gastan hasta \$ 60 dólares, y luego con un 35% gastan entre 61 y 120 dólares. Y tan solo un 5% de las personas gastan entre 121 y 180 dólares.

**Interpretación:**

Con un 55% gastan las personas dedicadas a esta actividad hasta 60 dólares, siendo este su costo de mano de obra. Pero estos valores varían según el monto o cantidad de cuyes que críen.

**Pregunta 14. ¿Cuál es el ingreso por la venta de cuyes al terminar su proceso productivo?**

Tabla 4.14. Ingreso por venta

Ingreso por venta	f	%
1 a 100	11	55%
101 a 200	6	30%
201 a 300	2	10%
301 a 400	0	0%
401 a 500	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

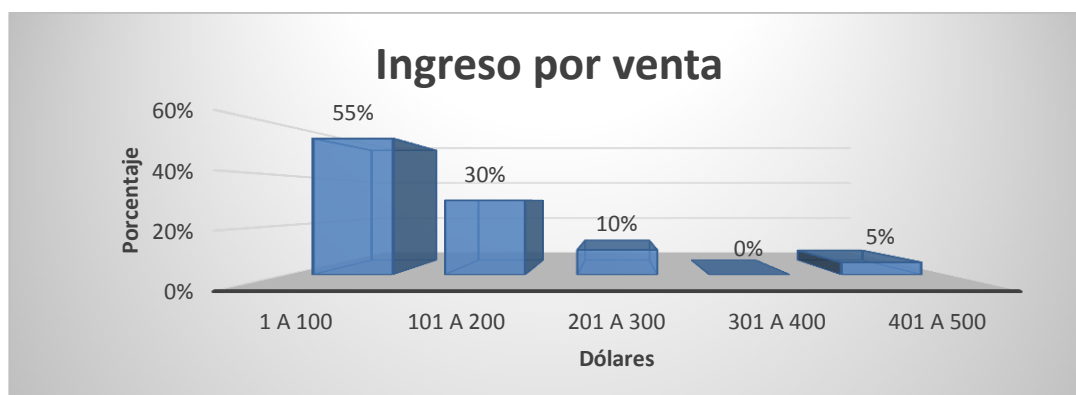


Gráfico 18. Ingreso por venta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación las personas dedicadas a la producción de cuyes tienen de 1 a 100 dólares de ingresos por la venta de cuyes, es decir, el 55% de los productores, siguiendo con 30% de ingresos que es de 101 a 200 dólares.

**Interpretación:**

Las personas dedicadas a la crianza de cuyes tienen un ingreso de hasta 100 dólares, pero cabe recalcar de igual forma esto varía según la cantidad de cuyes que hayan criado en la temporada.

**Pregunta 15. Cuál es su ganancia por la venta de cuyes al terminar su proceso productivo? (Dólares)**

Tabla 15. Ganancia por venta

Ganancia por venta	f	%
1 a 50	11	55%
51 a 100	1	5%
101 a 150	3	15%
151 a 200	0	0%
201 a 250	2	10%
No tiene ganancia	3	15%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

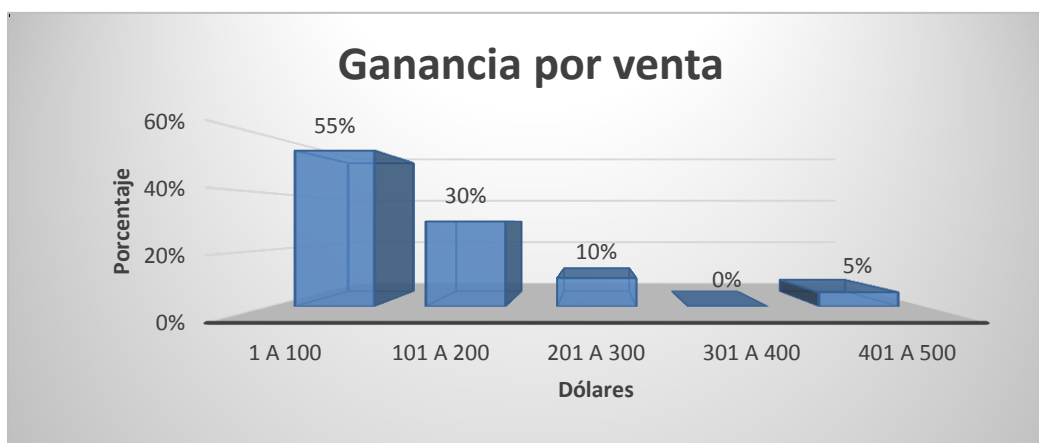


Gráfico 19. Ganancia por venta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación se observa que los productores de cuyes tienen ganancia por las ventas de un 55% que engloba entre \$1 a 100 dólares. En cambio con el 30% de \$101 a 200 dólares de ganancia. Y con el 10% de \$201 a 300 dólares tiene de ganancia los productores de cuyes.

**Interpretación:**

Las personas dedicadas a la crianza de cuyes tienen una ganancia de hasta 100 dólares, recalando que de igual forma esto varía según la cantidad de cuyes que hayan criado durante una temporada. Mientras que otros tienen mayores ganancias debido que reprodujeron más cuyes.



**Pregunta 16. ¿Considera usted que sus ingresos por la producción de cuyes son altos?**

Tabla 16. Ingresos de producción

<b>INGRESOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	1	5%
NO	19	95%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

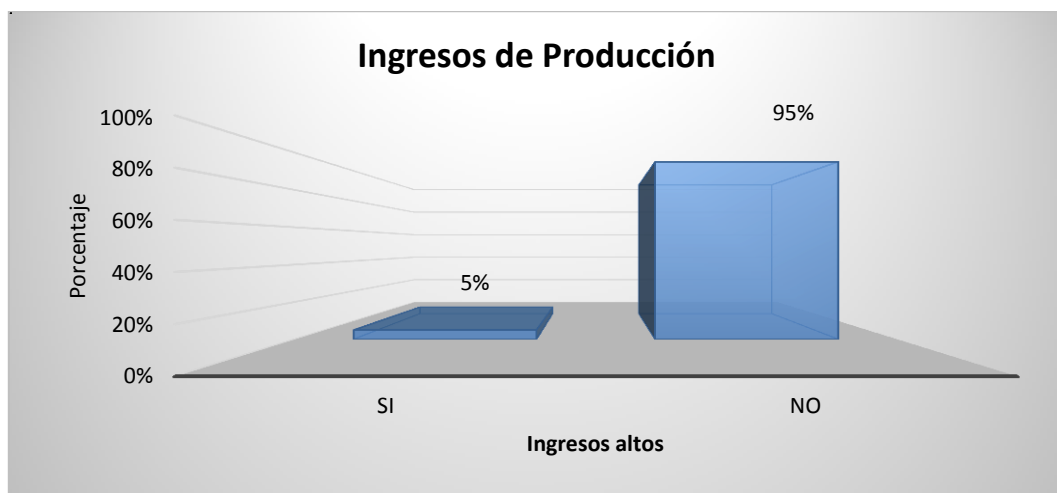


Gráfico 20. Ingresos de producción  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación se observa que el 95% de las personas que se dedican a la producción de cuyes no tienen ingresos altos por la venta del mismo. Y que tan solo el 5% dicen tener ingresos altos por la venta de cuyes.

**Interpretación:**

Casi todas las familias de la parroquia de Quisapincha dicen no tener ingresos significativos. Sino masque para un sustento diario básico.

**Pregunta 17. ¿Cuál es el porcentaje de utilidad o ganancia que le queda de la venta de los cuyes?**

Tabla 17. Porcentaje de utilidad

PORCENTAJE UTILIDAD	f	%
5	15	75%
10	3	15%
15	1	5%
20	0	0%
25	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

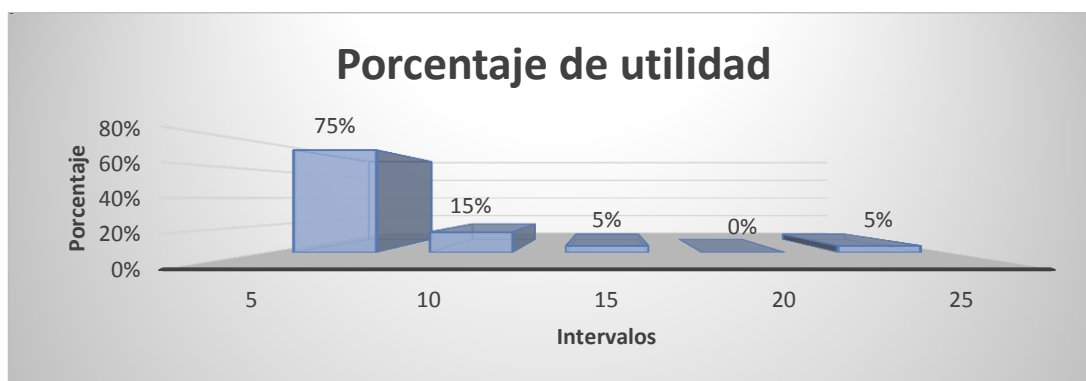


Gráfico 21. Porcentaje de utilidad  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** El 75% de personas que se dedican a la producción de cuyes tan solo tienen una ganancia de 5% por la venta de cuyes, en cambio el 15% de las personas tienen el 10% de ganancia por esta actividad. Finalmente entre 15 a 25% de ganancia tienen el 5% de la población que se dedican a la crianza de cuyes.

**Interpretación:**

El 75% de las familias dicen tener solo un 5% de utilidad. Algo que no es significativo. Sabiendo que si se dedican a esta actividad quieren tener mayor utilidad.

### Pregunta 18. ¿Considera que sus costos de producción son altos?

Tabla 18. Costos de producción altos

<b>COSTOS PRODUCCION ALTOS</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	9	45%
NO	11	55%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

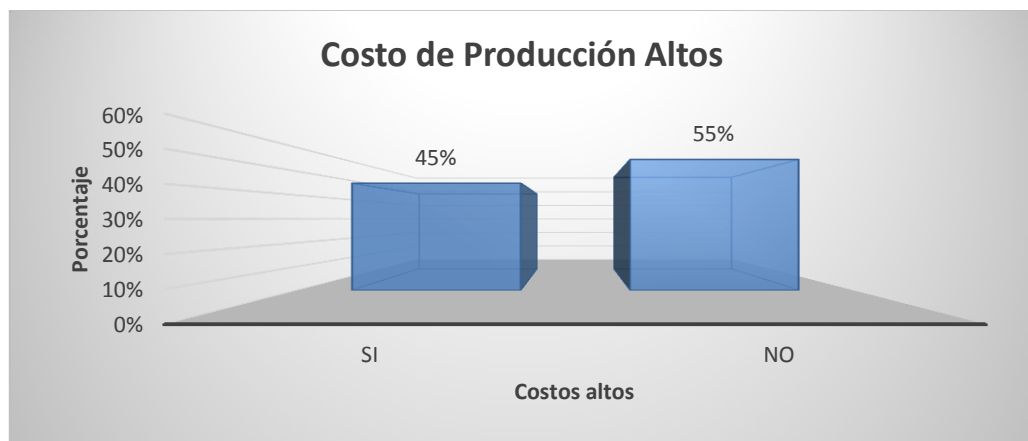


Gráfico 22. Costos de producción altos  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** Las personas dedicadas a la actividad de crianza de cuyes en un 55% mencionan que los costos de producción no son altos, en cambio, el 45% aluden que si son altos sus costos de producción.

#### **Interpretación:**

Las personas que se dedican a esta actividad según la encuesta no tiene mayores gastos de producción, ya que el alimento que dan a los cuyes es cultivado por las mismas personas. Mientras que para otros si representa porque no todos se dedican a la agricultura.

**Pregunta 19. ¿En términos aproximados, cuánto cuesta producir un cuy, desde el nacimiento hasta la venta?**

Tabla 4.19. Costo de producir un cuy

<b>COSTO DE PRODUCIR UN CUY</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
De 1 a 3	5	25%
De 3.1 a 5	9	45%
De 5.1 a 7	2	10%
De 7.1 a 9	0	0%
Más de 9.1	2	10%
No tiene costo	2	10%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

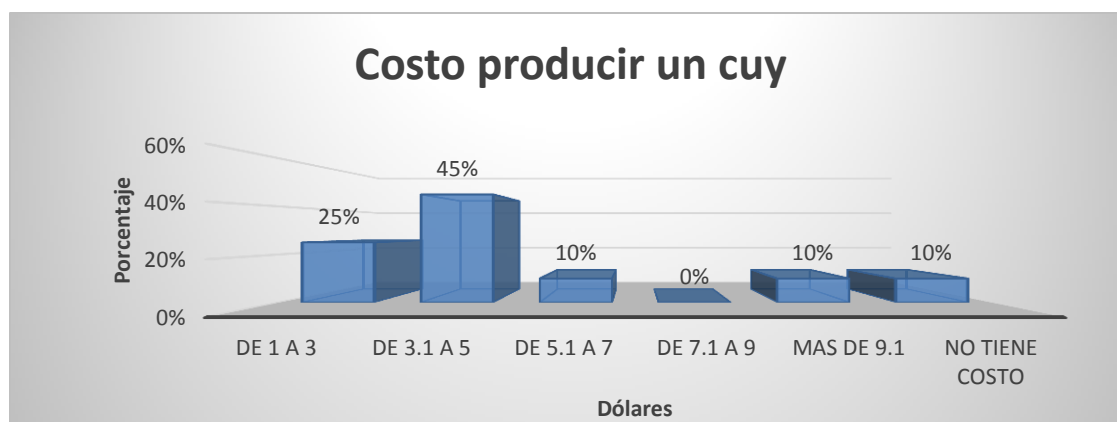


Gráfico 23. Costo de producir un cuy  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** El 45% de las personas que se dedican a la producción de crías menores gastan entre 3.10 a 5 dólares en producir un cuy. Mientras que el 25% de las personas les cuesta producir entre 1 a 3 dólares y con 10% gastan entre 5.1 a 9.1 dólares siendo el mayor costo al producir un cuy. Y finalmente el 10% de las personas no tienen costo alguno de las crías menores.

**Interpretación:** La mayoría de personas que se dedican a esta actividad dicen que les cuesta producir entre 3 y 5 dólares un cuy. Siendo la mayoría que tienen ese costo, teniendo como ganancias la diferencia.

## Pregunta 20. ¿Obtiene usted otras fuentes de ingresos?

Tabla 20. Fuentes de ingreso

FUENTES DE INGRESO	f	%
Agricultura	16	80%
Ganadería	0	0%
Comercio	0	0%
Sueldos	2	10%
Ninguna	2	10%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

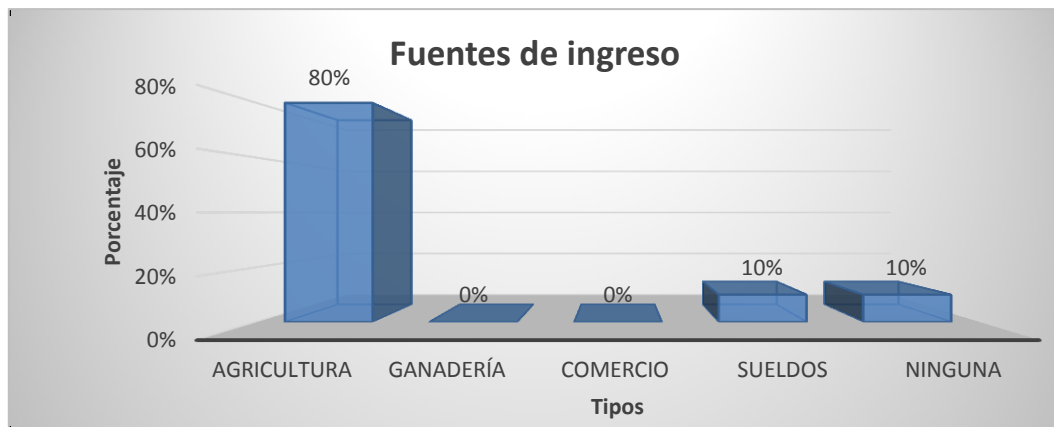


Gráfico 24. Fuentes de ingreso  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** Las personas que se dedican a la crianza de cuyes en un 80% manifestaron que trabajan en la agricultura siendo otra actividad principal como fuente de ingreso, en cambio el 10% consideró que sus salarios son otra fuente de ingreso para su hogar.

### Interpretación:

La mayor parte de las familias de Quisapincha tienen otras actividades de trabajo, pero siendo la principal la agricultura es por eso que por medio de esta actividad pueden mantener a sus animales.

**Pregunta 21. ¿Considera usted que con el mejoramiento en el manejo de la crianza de cuyes de engorde reducirán sus costos de producción?**

Tabla 21. Mejoramiento en el manejo de crianza

Mejoramiento en el manejo de crianza	F	%
SI	13	65%
NO	7	35%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

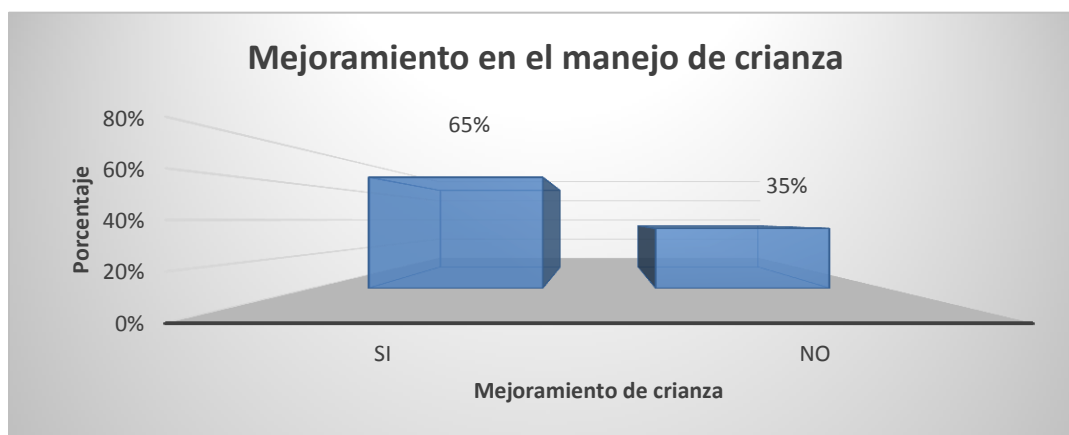


Gráfico 25. Mejoramiento en el manejo de crianza  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** El 65% de las personas dedicadas a la crianza de cuyes consideran que si tuvieran un mejoramiento en la crianza de estas crías reducirían sus costos en el proceso, mientras tanto el 35% manifiesta que no reducirán sus costos de producción.

**Interpretación:**

Las familias dedicadas a esta actividad piensan que si tuvieran una ayuda sobre el mejoramiento de crianza de cuyes podrían reducir costos y por lo tanto aumentar sus ingresos.

**Pregunta 22. ¿Considera usted que sus conocimientos en el manejo de la crianza de cuyes son suficientes?**

Tabla 22. Conocimientos en el manejo de crianza

Conocimientos en el manejo de crianza	f	%
SI	6	30%
NO	11	55%
ALGO	3	15%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

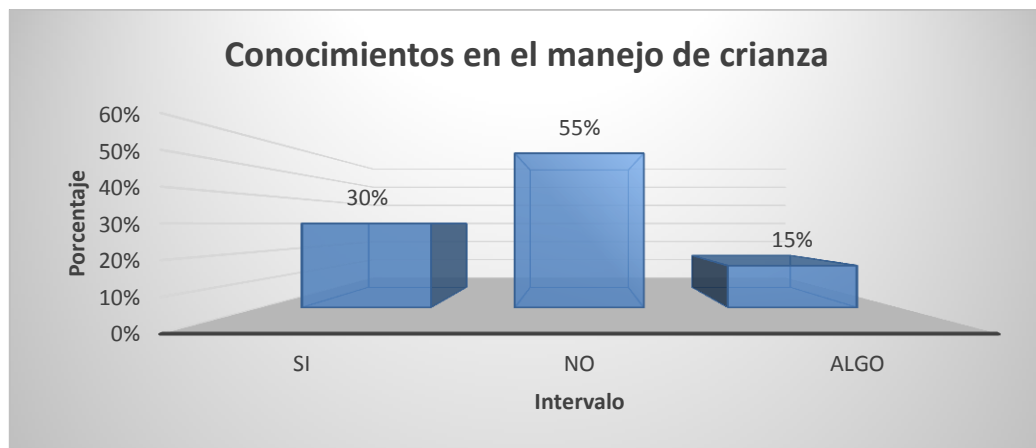


Gráfico 26. Conocimientos en el manejo de crianza  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** El 55% de las personas que crían cuyes manifiestan que no tienen suficientes conocimientos en el manejo de crianza. Por lo que, sus costos son muy altos, entre tanto, el 30% alega que si tienen conocimientos en el manejo de crianza de cuyes.

**Interpretación:**

Las personas reconocen que no tienen los conocimientos necesarios para la crianza de especies menores, debido a que no tienen ni los recursos ni las herramientas necesarias.

**Pregunta 23. ¿La capacidad productiva de la asociación está siendo ocupada en su totalidad?**

Tabla 23. Capacidad productiva

CAPACIDAD PRODUCTIVA	f	%
SI	3	15%
NO	17	85%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

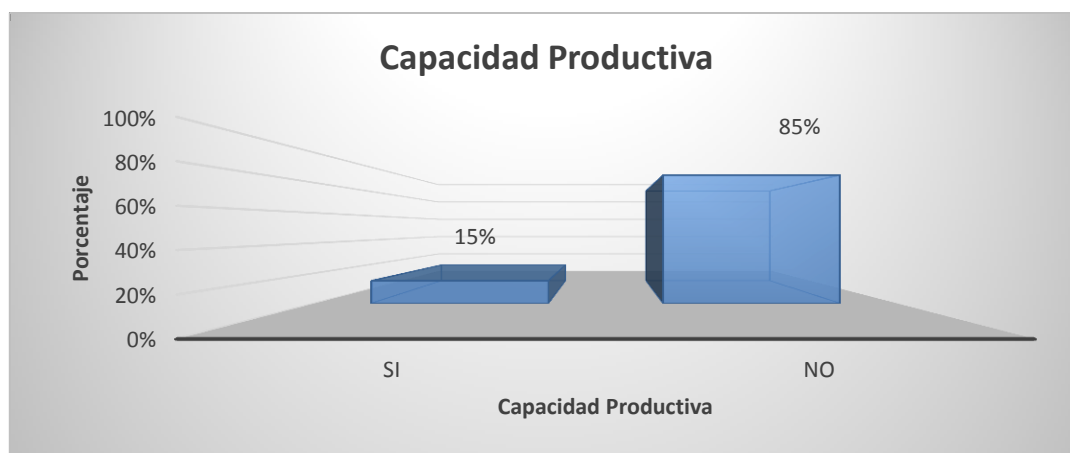


Gráfico 27. Capacidad productiva  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación el 85% de las personas dedicadas a la crianza de cuyes no ocupan en su totalidad la capacidad productiva, por lo que, esta actividad no satisface todas las necesidades de estas personas, por lo tanto, tienen que buscar otras fuentes de ingreso como la agricultura.

**Interpretación:**



Las familias no se dedican al por completo a la crianza de cuyes, ya que no satisface todas las necesidades que tienen es por eso que se ven obligados a tener otras actividades.

**Pregunta 24. ¿Considera usted que los resultados económicos obtenidos por el negocio satisfacen las necesidades de la familia?**

Tabla 24. Satisface necesidades de la familia

SATISFACE NECESIDADES DE FAMILIA	f	%
SI	4	20%
NO	16	80%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

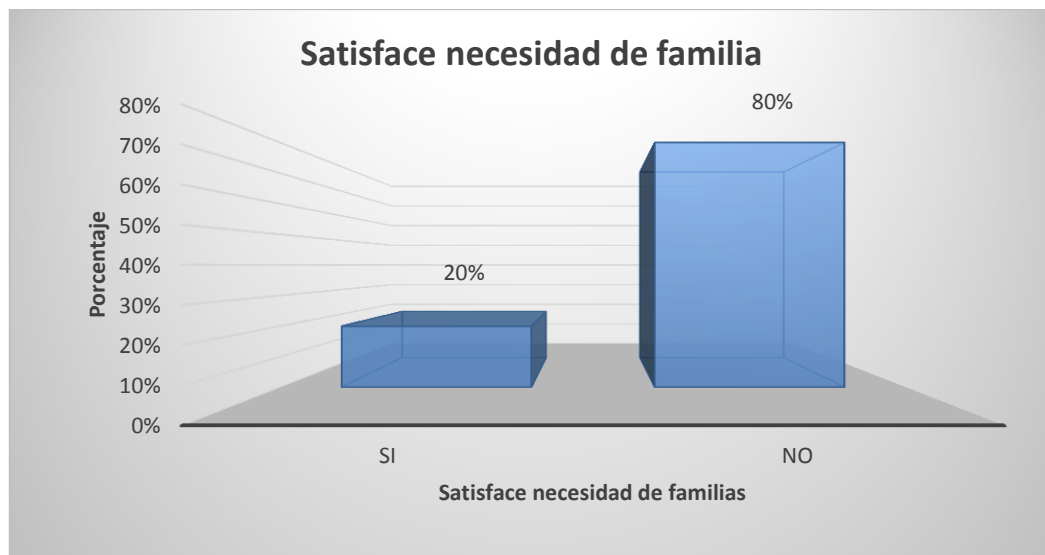


Gráfico 28. Satisface necesidades de la familia  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** Las personas dedicadas a la crianza de cuyes en un 80% dicen no abastecer sus necesidades, debido a que, tienen más egresos que ingresos. También tienen otras actividades como la agricultura.

**Interpretación:**

Las familias de Quisapincha aseguran no satisfacer sus necesidades tan solo con la actividad de la crianza de cuyes, es por eso que se ven obligados a tener otras actividades.

**Pregunta 25. ¿Cree usted que satisface los requerimientos de los clientes con los servicios que presta su negocio?**

Tabla 25. Satisface a los clientes

Satisface a los clientes	f	%
SI	19	95%
NO	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

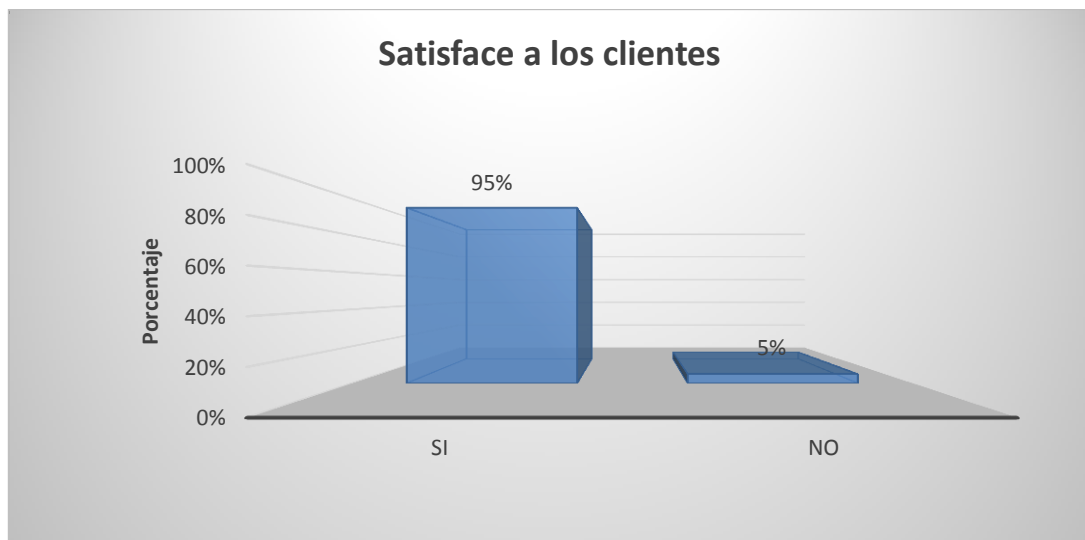


Gráfico 29. Satisface a los clientes  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** El 95% de los productores de cuyes si satisfacen todos los requerimientos de los clientes, mientras que, el 5% manifestó que no satisface los requerimientos según el gusto del cliente.

**Interpretación:**

Aseguran las familias dedicadas a la crianza de cuyes, que si satisfacen las necesidades de los clientes ya que los cuyes salen con un tamaño y calidad que busca el cliente.

**Pregunta 26. ¿En el hogar cuantos ayudan al ingreso familiar?**

Tabla 26. Aporte al ingreso familiar

Aporte al ingreso familiar	f	%
<b>2 personas</b>	13	65%
3 personas	6	30%
4 personas	1	5%
5 personas	0	0%
Más de 6 personas	0	0%
<b>TOTAL</b>	20	100%

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

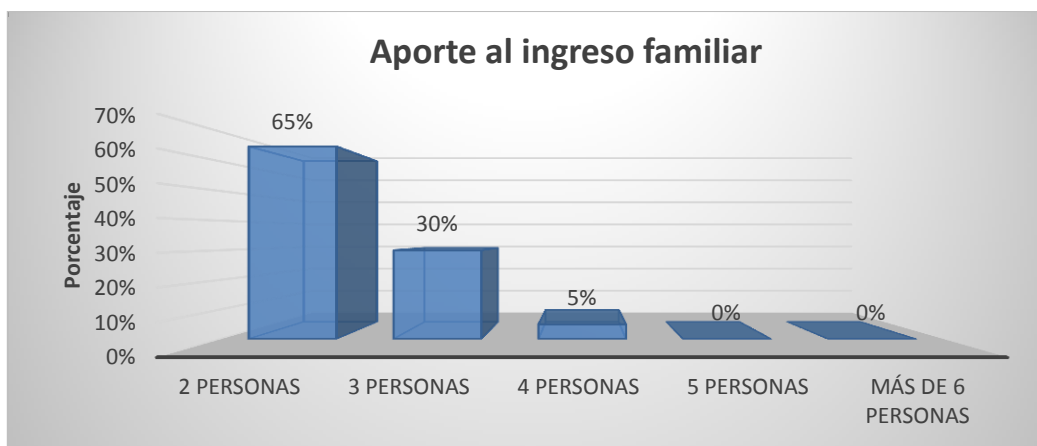


Gráfico 30. Aporte al ingreso familiar  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la investigación elaborada a los productores de cuyes el 65% manifestó que en los hogares se dedican dos personas a esta actividad. Y con el 30% opinó que tres personas se dedican a la crianza de cuyes por hogar.

**Interpretación:**

Tan solo dos personas por familia ayudan el proceso de crianza de cuyes. No siendo muy necesario más personal en esta actividad.

**Pregunta 27. ¿Considera que los ingresos por ventas de sus productos agrícolas han incrementado en el periodo 2011-2012?**

Tabla 27. Incremento de ingresos por ventas período 2011-2012

Incremento por ventas	f	%
SI	1	5%
NO	18	90%
ALGO	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

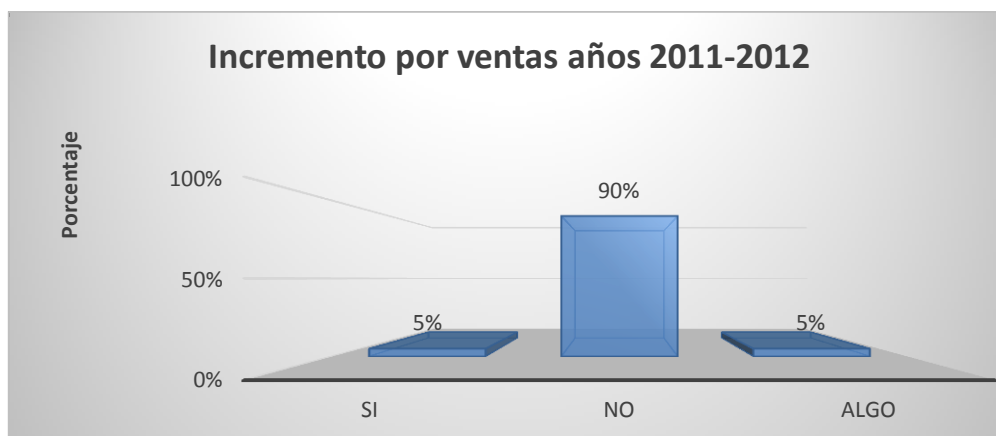


Gráfico 31. Incremento por ventas  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación el 90% de involucradas consideran que sus ventas se han incrementado, solamente el 5% sostienen que sus ventas se han incrementado algo.

**Interpretación:**

La mayoría de las personas dicen que no ha incrementado sus ingresos por las ventas de los cuyes.

**Pregunta 28. ¿Estaría de acuerdo en la creación de una asociación dedicado a la comercialización de crías menores, que permita mejorar sus ingresos económicos?**

Tabla 28. Creación de una Asociación

Creación de asociación	f	%
Muy de acuerdo	19	95%
De acuerdo	1	5%
Indeciso	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

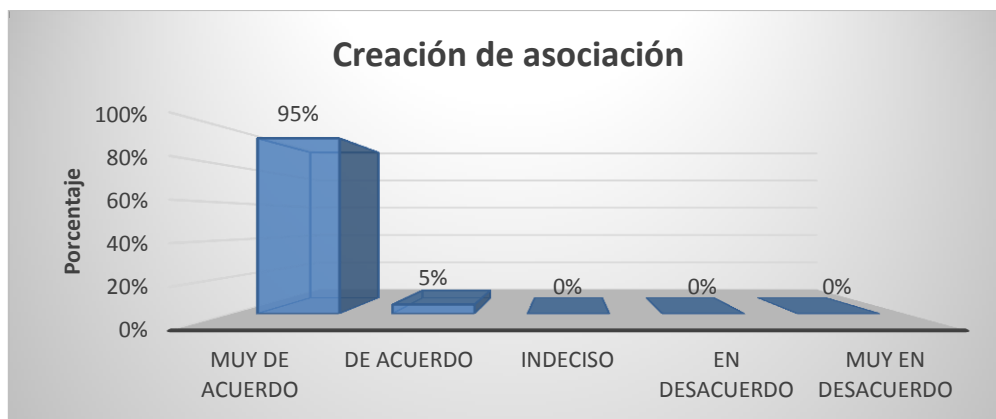


Gráfico 32. Creación de una asociación  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación el 95% de involucrados manifiestan que están de muy de acuerdo con la creación de una asociación para la comercialización de crías menores, que permita mejorar sus ingresos económicos.

**Interpretación:** Las personas están de acuerdo con la creación de una asociación, aunque ya existe pero no utilizan como es debido.

## Pregunta 29. ¿En que gasta la mayor parte de sus ingresos?

Tabla 29. Gastos

Gastos	f	%
Educación	7	19%
Salud	9	25%
Vestido	0	0%
Vivienda	2	6%
Alimentación	18	50%
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

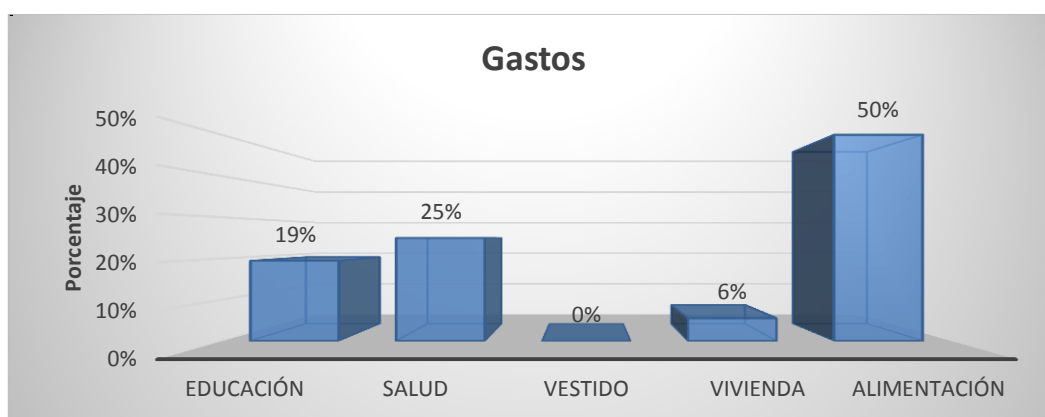


Gráfico 33. Gastos

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la investigación elaborada a los productores de cuyes el 50% manifestó que en la alimentación gasta parte de sus ingresos, mientras que el 6% cita que sus gastos están destinados a vivienda.

### Interpretación:

Los gastos que tienen mayormente las familias de la Parroquia de Quisapincha es en la alimentación siendo un gasto necesario para el sustento de la familia.

### Pregunta 30. ¿Con su ingreso tienen capacidad de ahorro?

Tabla 30. Capacidad de Ahorro

Capacidad de ahorro	f	%
SI	3	15%
NO	17	85%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

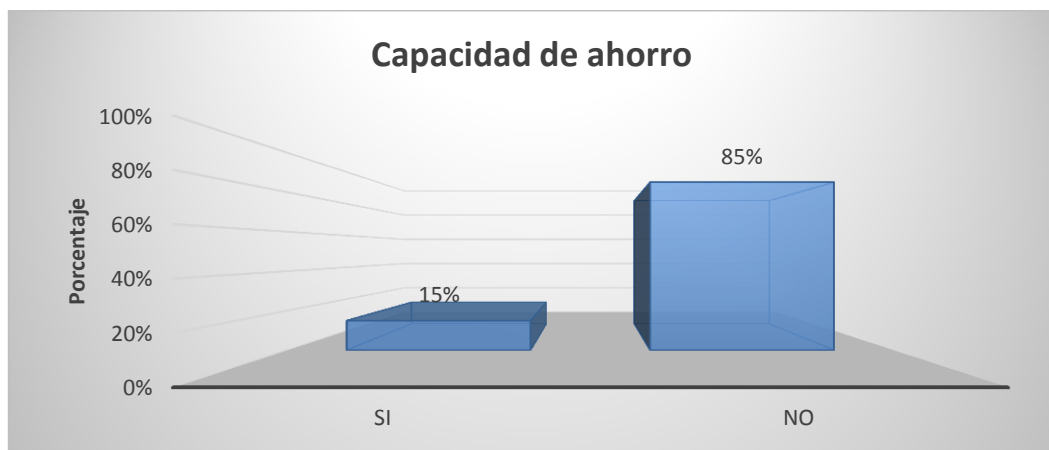


Gráfico 4.30. Capacidad de ahorro  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación el 85% de involucrados manifiesta que tienen capacidad de ahorro, a diferencia, del 15% alego que no tienen capacidad de ahorro.

#### **Interpretación:**

No tienen ninguna capacidad de ahorro, ya que los gastos son mayores que los ingresos. Pero si les gustaría tener un ahorro manifestaban las familias de Quisapincha.

### Pregunta 31. ¿Tiene capacidad de crédito?

Tabla 31. Capacidad de crédito

Capacidad de crédito	f	%
SI	13	65%
NO	7	35%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a los cuyicultores

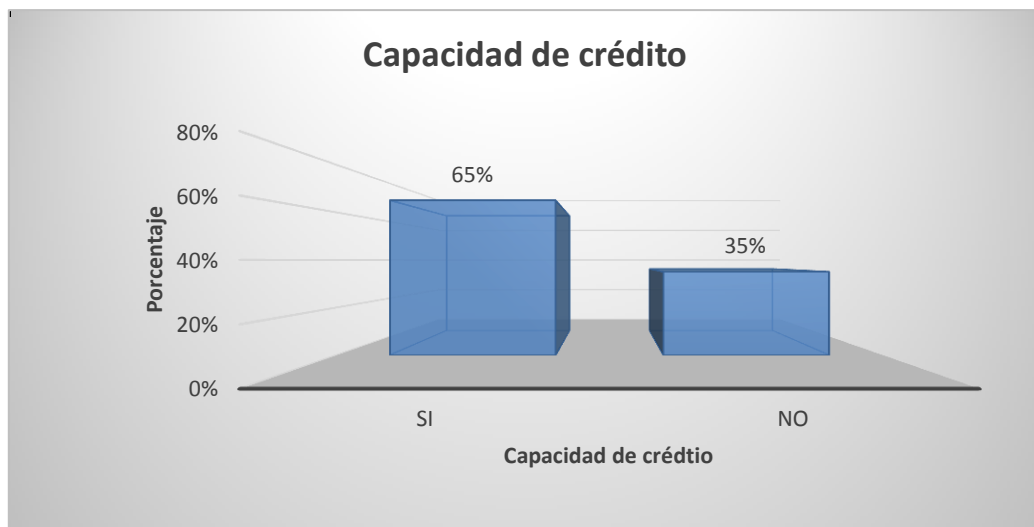


Gráfico 35. Capacidad de crédito  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:** En la presente investigación el 65% de involucrados manifiesta que tienen capacidad de crédito, a diferencia, del 35% que alego, que no tienen capacidad de crédito.

#### **Interpretación:**

Si tienen capacidad de crédito las personas, pero manifiestan que no quieren tener porque no podrían pagar con los ingresos que tienen



## **4.2. Interpretación de resultados**

En este sector la producción de especies menores (cuy) está encaminado principalmente a la producción de cuyes. De esta manera se puede considerar que el crecimiento constante de este tipo de producción, permite que esta actividad en el sector agropecuario, vaya en constante crecimiento.

La producción cuyícola es una alternativa generadora de ingresos, a pesar de que los ingresos no satisfacen el cien por ciento las necesidades de las familias productoras. Al menos abastecen algunas necesidades.

En resumen sobre las encuestas realizadas podemos analizar que las personas si tienen ingresos pero no significativos como quisieran para poder sustentarse tan solo de esta actividad. Es por eso que se ven obligados a no dedicar por completo su tiempo a la crianza de cuyes.

## **4.2. Verificación de la hipótesis**

### **1. Planteo de hipótesis**

#### **a. Modelo lógico**

$H_0$ : No hay incidencia estadística significativa entre la producción de cuyes y los ingresos económicos de las familias de la parroquia de Quisapincha, provincia de Tungurahua.

$H_1$ : Hay incidencia estadística significativa entre la producción de cuyes y los ingresos económicos de las familias de la parroquia de Quisapincha, provincia de Tungurahua.

## b. Modelo matemático

$$H_0: p_1 = p_2; p_1 - p_2 = 0$$

$$H_1: p_1 \neq p_2; p_1 - p_2 \neq 0$$

## Modelo estadístico

$$t = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{\hat{p}\hat{q}\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

## 2. Regla de Decisión

$$1 - 0,05 = 0,95$$

$$gl = n_1 + n_2 - 2$$

$$gl = 20 + 20 - 2$$

$$gl = 38$$

Se acepta la hipótesis nula si el valor de  $t_c$  a calcularse está entre  $\pm 2,0244$  con un alfa de 0.05 y 38 grados de libertad.

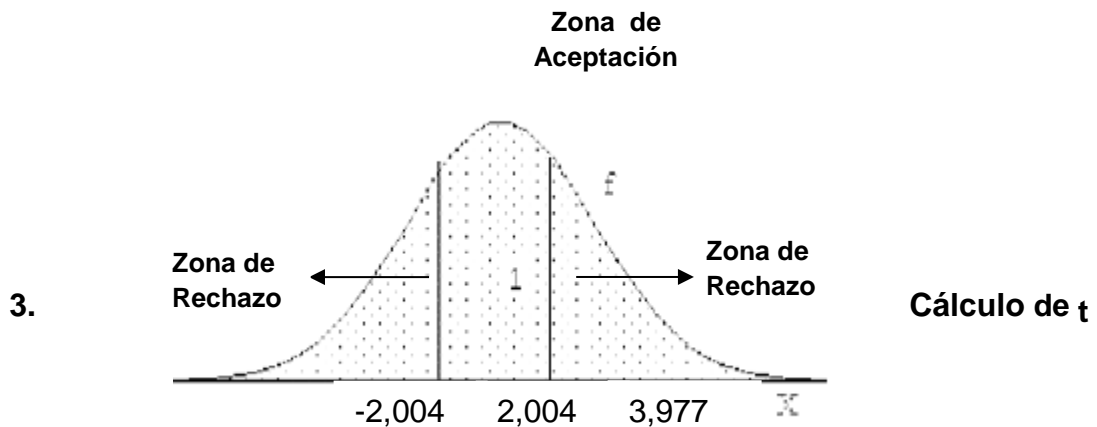


Tabla 32. Presentación de los datos.

DESCRIPCION	SI	%	NO	%	TOTAL
V.I. Producción de cuyes	13	65%	7	35%	20
V.D. Ingresos	1	5%	19	95%	20
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>		<b>26</b>		<b>40</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de cuyes

$$t = \frac{P_1 - P_2}{\sqrt{\hat{p}\hat{q}\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

$$t = \frac{0,65 - 0,05}{\sqrt{(0,35)(0,65)\left(\frac{1}{20} + \frac{1}{20}\right)}}$$

$$t = 3,9779$$

#### 4.3. Conclusión del cálculo de t' student

En vista que el valor de t calculado es igual a 3,9779 es mayor a  $\pm 2,0049$ , por lo tanto, se encuentra fuera de la zona de aceptación, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula con un  $\alpha$  de 0,05 y 38 grados de libertad, es decir, "Hay incidencia estadística significativa entre la producción de cuyes y los ingresos económicos de las familias de la parroquia de Quisapincha, provincia de Tungurahua".

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

Luego de haber realizado la investigación “La producción de cuyes y su incidencia en los ingresos económicos de las familias productoras de especies menores de la parroquia de Quisapincha” se llega a las siguientes conclusiones:

Respecto al objetivo específico 1 que dice: “Establecer los ingresos económicos de las familias dedicadas a la producción de cuyes de la parroquia de Quisapincha para la búsqueda de oportunidades de negocios”:

- Se concluye que la producción de cuyes tiene incidencia en los ingresos económicos de las familias de la parroquia de Quisapincha, como lo indica en la investigación realizada, debido a que, si la producción de cuyes no incrementa, entonces los ingresos tampoco serán significativos es decir no habría beneficio alguno, las mismas que reflejan una disminución debido a que no tienen suficientes conocimientos ni tecnificación, para mejorar la reproducción de estas crías y obtener mayores ingresos.
- El buen manejo en la crianza, debe estar presente en todo; desde la selección del cuy hasta su venta, la edad del cuy es otro valor agregado al venderlo, el tipo de vacuna o medicina que se va a aplicar etc. son todos estos conocimientos los que se necesita para lograr una excelente reproducción de cuyes y de esta manera mejorar la situación económica de las familias de Quisapincha.

Respecto al objetivo específico 2 que dice: “Determinar el índice de producción total, parcial y marginal de cuyes en la parroquia de Quisapincha para la optimización de recursos”:

- Para tener una producción total se debe primero incurrir a un proceso correcto en la crianza de cuyes; es decir con todos los cuidados como es una buena alimentación, medicina. Procesos que no se han llevado adecuadamente por no tener conocimientos necesarios pero sobre todo porque no cuentan con ayuda económica.
- Hay que determinar una cantidad de reproducción para así saber cuántos cuyes van aumentando ya sea por día o semana. De esta forma conocer cuántas unidades han aumentado y a la vez saber el costo de reproducir una cría más. Es decir llevar un control de la reproducción de los cuyes.

Respecto al objetivo específico 3 que dice: “Reestructurar la asociación de las familias dedicadas a la crianza de especies menores para así incrementar los ingresos económicos de la población de la parroquia de Quisapincha”

- En la presente investigación se observa que son las mujeres las que lideran esta actividad en un 75%, ya que es más práctico para ellas llevar la crianza de cuyes en el hogar porque pueden a la vez cuidar de sus hijos y también cumplir con los quehaceres domésticos. Pero en realidad lo que se necesita es tener un grupo consolidado de personas que se dediquen a criar cuyes en un solo lugar.
- Según la investigación realizada en la parroquia de Quisapincha tienen una asociación que no a dado resultados positivos. Debido a que algunas familias dedicadas a la crianza de cuyes no están totalmente predispuestas a formar parte de la asociación.

## 5.2. Recomendaciones

Al finalizar el trabajo investigativo, la autora alega las siguientes recomendaciones:

- Para los pequeños productores se debería encontrar la forma más adecuada de integrarse a un proceso productivo y lograr el perfeccionamiento de la producción, incentivando a lograr resultados satisfactorios. Que van encaminados a disminuir costos e incrementar ingresos, esto se podría dar al asociarse entre ellos, además promover ayuda intelectual, como capacitación continua para mejorar la reproducción.
- Aplicar estrategias para el incremento de la rentabilidad por medio de mayor reproducción de cuyes, se logrará esto con el mejoramiento de los procesos productivos como alimento, medicina, control entre otros. De esta forma podremos saber cuántos cuyes han aumentado durante el proceso del proyecto; finalmente teniendo como resultado costos más bajos y mayor utilidad.
- Implementar un centro de acopio en la asociación que tienen las familias dedicadas a la crianza de especies menores del barrio Condezán de la Parroquia Quisapincha, con el propósito, que puedan participar en procesos de comercialización efectivas. Con el centro de acopio se podrá evitar a los intermediarios a la vez que los productores tienen la alternativa de organizarse para participar en la comercialización de forma directa hacia el consumidor y no intervenir individualmente, todo esto con el objeto de mejorar el ingreso económico familiar.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. Datos informativos**

##### **Título**

Establecer un centro de acopio y distribución de especies menores para la asociación de productores de cuyes de la parroquia Quisapincha, Barrio Condezán

##### **Institución Ejecutora**

GAD Parroquial Quisapincha

##### **Beneficiarios**

Familias productoras de especies menores de la parroquia de Quisapincha, Barrio Condezán

##### **Ubicación**

Barrio Condezán Parroquia de Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

##### **Tiempo de vida útil**

3 años

## **Equipo Técnico Responsable**

- Presidente del GAD parroquial
- Directivos de la asociación
- Productores de especies menores

**Costos:** 44169,00 USD

## **6.2. Antecedentes**

Existen requerimientos necesarios para interpretar tanto la realidad objetiva como los resultados que se obtienen a través de este trabajo investigativo, y esto se obtiene mediante conocimientos previos.

Según Pérez (2007), en su trabajo de investigación sobre “Los costos de producción de mora y el nivel de ingresos de los agricultores de la parroquia Constantino Fernández, Cantón Ambato Período 2007- 2010” plantea como objetivo general “Promover un plan de negocios que describa la viabilidad de producir moras mediante la participación en una feria nacional”, y como específicos: a) Relacionar agregados económicos con intereses sociales en la búsqueda de futuros compradores en el exterior; b) Exportar nuestra producción de moras, y; c) Establecer medidas y parámetros de negociación que permitan un Gana-gana entre las partes inmiscuidas en las negociaciones.

Con referencia a nuestro trabajo de investigación a donde queremos llegar es a un plan de negocios fortalecido para que con el tiempo podamos exportar nuestro producto ganando reconocimiento tanto nacional como internacional.



Según Romo (2007), en su trabajo de investigación sobre “Incidencia de la implementación de convenios de cooperación agropecuaria en el nivel de ingresos de los ganaderos del área de influencia de la presa mula-corrал de la parroquia Pilahuín del Cantón Ambato en el periodo 2007-2011” plantea como objetivo general “Gestionar un manejo integrado y sostenible de los recursos naturales (suelo, agua, páramo, bosques nativos) a través del establecimiento de acuerdos consensuados y la implementación de alternativas productivas para las poblaciones ubicadas en la zona de influencia de la presa Mula corral”, y como específicos: a) Mejorar la gestión comunitaria y de los sistemas de riego a través de la capacitación y el establecimiento de normas y acuerdos consensuados que permitan un acceso y reparto más justo del agua de riego entre los usuarios; b) Proveer de los servicios básicos y la rehabilitación de la infraestructura comunitaria de riego; a fin de mejorar la calidad de vida de la población de LLangahua. Optimizar el agua en base a la construcción de obras de seguridad, captación, almacenamiento, reparto y tecnificación del riego en los canales de los alrededores, y; c) Funcionalizar nuevas alternativas agro-productivas, mediante la estimulación de la explotación microempresarial como metodología solidaria para la reactivación y fortalecimiento de la economía campesina familiar; así como desarrollar y aprovechar las ventajas y potencialidades que ofrece la zona con respecto al ecoturismo. Según el autor Romo llega a la conclusión: El ingreso de los ganaderos de la zona de influencia de la presa Mula Corral, está determinado por su capacidad de afrontar en forma eficiente los costos, y aprovechar las técnicas de cultivo de pastos y riegos aportadas por los convenios de cooperación agropecuaria que influyen en su nivel de ingreso y su capacidad de afrontar sus necesidades básicas.

Este proyecto tiene relación con nuestro trabajo investigativo en la máxima explotación que se debe realizar para fortalecer la economía familiar de la Parroquia de Quisapincha; se puede lograr desarrollando y aprovechando las ventajas y potencialidades que ofrece la naturaleza como es la reproducción de especies menores.

Según Freire (2007), en su trabajo de investigación sobre “Producción de artículos de cuero en la Parroquia Picaihua y el nivel de ingresos de sus productores durante el período 2007-2010” plantea como objetivo general “Elaborar un plan de acción de mejoramiento continuo en los procesos de producción de artículos de cuero de la parroquia Picaihua a través de indicadores de productividad para el incremento del nivel de ingresos”, y como específicos: a) Identificar los procesos más vulnerables en el área de producción de las chompas de cuero de la parroquia Picaihua; b) Estructurar el diseño del modelo de mejoramiento de Deming en los procesos de producción. c) Sociabilizar el diseño con los productores y comerciantes de la parroquia Picaihua. En conclusión Los ingresos promedio de los productores de artículos de cuero son aceptables pero sigue siendo insuficiente para tener una estabilidad económica, limitando de esta forma el desarrollo del sector artesanal generando de esta forma que ellos no tengan un nivel o calidad de vida aceptable pues no se cumplen parámetro como la salud, educación alimentación vitales para el desarrollo de los pueblos, teniendo como opción la de mejorar su producción para incrementar sus ingresos.

Al igual que nuestro proyecto investigativo se busca incrementar los ingresos económicos de las familias dedicadas a una actividad por medio de producción y comercialización de un producto.

### **6.3. Justificación**

La razón para fortalecer la asociación preexistente es porque las personas dedicadas a la crianza de cuyes tienen galpones donde crían a estas especies menores independientemente en sus hogares, es por eso que los productores no aumentan sus ingresos.

Con un centro de acopio se podría reducir costos y maximizar la utilidad por medio de la ayuda de todas las familias dedicadas a la crianza de cuyes, con mejor tecnificación y por ende con mejores conocimientos, de esta manera también mejorará tanto la explotación del producto como el aumento de los ingresos económicos.

Como hemos venido desarrollando en el presente trabajo investigativo nuestro principal objetivo es incrementar los ingresos de las familias de la Parroquia de Quisapincha, por medio de un plan de comercialización donde haya valor agregado como es la entrega del producto a domicilio. Entre otras estrategias es buscar el mercado insatisfecho. Lograremos todo esto por medio de un estudio minucioso sobre la comercialización de especies menores.

Las familias dedicadas a la crianza de cuyes obtienen de esta actividad carne el cual es su principal producto para tener un ingreso. Hay que tomar en cuenta otro factor muy importante sobre la crianza de cuyes y es que genera un subproducto, los desechos del cuy, el cual puede ser utilizado como abono. Debido a que las familias de la parroquia de Quisapincha se dedican también a la agricultura, por lo que el abono de los cuyes son de mucha utilidad a la hora de sembrar sus cultivos.

## **6.4. Objetivo**

### **6.4.1. General**

Mejorar la economía de las familias productoras de especies menores para el mejoramiento de su calidad de vida.

### **6.4.2. Específicos**

- Realizar un estudio económico para una nueva línea de comercialización de especies menores en beneficio de las familias del Barrio Condezán.
- Desarrollar un estudio de mercado que permita conocer las necesidades y deseos de los consumidores para encaminar la nueva línea de comercialización de especies menores.
- Definir las estrategias más adecuadas para llegar con éxito al mercado.

## **6.5. Análisis de factibilidad**

### ***Factibilidad política***

Dentro de la factibilidad política se puede considerar que existen objetivos y ayuda por parte del gobierno nacional y gobiernos locales, para apoyar las iniciativas productivas de la población y entregar instrumentos técnicos de capacitación para fomentar los mismos. De la misma manera hay empresas dispuestas a brindar charlas con la finalidad de que los productores estén en

capacidad de realizar la creación de una asociación, y sobre todo, conozcan que si se puede maximizar los ingresos conociendo los costos que se generan por un buen desarrollo en la producción.

### ***Factibilidad organizacional***

Al existir en el Barrio Condezán una preasociación de productores y comercializadores de especies menores, con esta propuesta, se busca consolidar la organización para que el trabajo sea más productivo y, en consecuencia, todos sus integrantes tengan beneficios de orden económico, social, productivo y laboral. La organización, manejo y aplicación de la propuesta queda bajo el estricto control y decisión de la asociación preexistente, por tanto, el fiel cumplimiento o no de los objetivos de este trabajo es responsabilidad directa de sus agremiados.

### ***Equidad de Género***

La actividad económica de la producción y comercialización de especies menores no distingue el género, propiamente dicho sin embargo, los datos empíricos evidencian claramente que el género femenino dedica mayor tiempo a esta actividad compartiendo esfuerzos con las labores propias del hogar mientras que muy pocos hombres consideraron esta actividad como prioritaria para sus sustento económico y familiar. La propuesta está orientada a fortalecer el accionar del grupo femenino quien demuestra mayor interés en el desarrollo de esta actividad económica como medio para contribuir a los ingresos familiares y al sustento económico del hogar.

## ***Factibilidad Ambiental***

Los estudios de evaluación de impacto ambiental, constituyen una herramienta útil para los gestores de proyectos, se utiliza para identificar, predecir y evaluar los impactos ambientales potenciales que pudieran causar tales problemas. Gracias a estos estudios, los proyectos pueden mejorarse al incorporar desde las primeras etapas de la propuesta, medidas para el control de problemas ambientales. Por otra parte, la producción de cuyes, independiente del tamaño, es decir: pequeña, mediana o grande, demanda el cumplimiento estricto de una serie de requerimientos sanitarios.

Para Osejos Pamela, (2009) El Ecuador cuenta con varios instrumentos que contemplan en leyes, normas disposiciones, exigencias y obligaciones que deben acatar las industrias en el tema de protección a la naturaleza, el uso de recursos naturales, condiciones laborales, etc. Actualmente el país a más de la Constitución Política, por intermedio del Ministerio del Medio Ambiente cuenta con un Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria (TULAS) bajo el cual se deben direccionar todas las empresas a nivel nacional en el tema de manejo ambiental. El Ministerio de Medio Ambiente es el único organismo a nivel nacional que emite licencias ambientales, con excepción de los Municipios de Quito, Cuenca y Guayaquil quienes tiene la potestad para ello, los demás municipios emiten certificados ambientales que en la práctica no son instrumentos legales para el funcionamiento ambiental de las industrias.

La actividad productora de cuyes no genera mayores impactos al ambiente, muy por el contrario, los desechos generados más bien se constituyen en abonos que pueden ser aprovechados en la agricultura del sector y, concomitantemente ser una fuente secundaria de ingresos económicos para las familias que conforman la organización.

### ***Factibilidad económica y financiera***

Este criterio es fundamental cuando se trata de los costos que se pueden presentar para el cumplimiento de los objetivos y logros de esta propuesta. Por otro lado en este aspecto la propuesta es factible ya que se dispone de los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar y llevar a cabo las actividades y procesos.

Sin embargo, resulta necesario realizar un presupuesto en el cual se puede prevenir cualquier eventualidad. Para de esta manera proveer de la información necesaria a los productores de especies menores del barrio Condezán de la parroquia Quisapincha.

La aplicabilidad de la propuesta, desde el punto de vista financiero, es factible por cuanto, los gastos que ella implique no son altos y estarán debidamente financiados por la propia pre-asociación y contarán con la contribución financiera del GAD parroquial.

Desde el punto de vista económico la propuesta es altamente favorable porque los gastos y costos son mínimos en función de los beneficios y utilidades económicas que puede aportar en los ingresos a los involucrados en este emprendimiento.

### **6.6. Fundamentación Científica técnica**

Según Emprendices (2014), la comercialización es el conjunto de actividades realizadas por la empresa para lograr que el bien o servicio que ofrece esté al alcance de los consumidores.

La función de la comercialización se realiza integralmente cuando se efectúa la venta. El cierre de la venta indica que se ha logrado el propósito de la comercialización.

Durante la venta se intercambian bienes y servicios. En la actividad de la venta se establece una relación entre el vendedor y el comprador. En esta relación ambos manifiestan interés.

Para Jerez (2012), Muchos microempresarios conceptualizan al marketing, como una actividad que tiene relación con la administración de grandes empresas. Sin embargo, la importancia que reviste el marketing para la gestión de microempresas, hace que sea muy necesaria la pronta familiarización de este concepto por parte de los microempresarios.

El Plan de Marketing o también denominado Plan de Comercialización “es un documento escrito, en el cual se establecen los planes comerciales de la empresa para un periodo determinado, por lo general este plan varía según el tipo de negocio o empresa, los productos o servicios que ofrece y los objetivos propuestos. A continuación se presenta un modelo tentativo del plan de comercialización diseñado para microempresas con el objetivo de reunir información de manera ordenada que nos permita a grandes rasgos:”

- Definir el mercado o grupo objetivo al cual se quiere llegar.
- Definir los objetivos del Plan para corto y largo plazo
- Definir las estrategias para alcanzar las metas de venta.

Para que el margen de error de las proyecciones sea mínimo resulta conveniente determinarlas primero mes a mes, confeccionando un presupuesto de ventas que considere las ventas históricas si las hay (sin olvidar que para un negocio que recién se está iniciando, durante la etapa de puesta en marcha, por regla general las ventas suelen ser bajas, como



consecuencia de encontrarlos en fase de introducción en el mercado). Un factor que se debe tener en cuenta es si el producto o servicio ofrecido es de carácter estacional, para analizar con detalle las posibilidades de venta.

Definido el presupuesto de ventas mensuales es más fácil establecer las proyecciones de venta para el primer año, determinando los dos próximos años con unas perspectivas de venta en ascenso. (Jerez, 2012)

Según Bustamante (2007), Hoy en día, cualquier producto tangible posee la calidad de comercialización a cualquier lugar donde haya un interesado. De igual manera, cualquier individuo que se haga a la necesidad de un producto, puede encontrarlo en algún lugar de la aldea global.

## **6.7. Modelo operativo**

- **Nombre del negocio:** Inti Cuy
- **Nombre Comercial:** El cuy de las alturas

### **6.7.1. Estudio Económico Financiero**

En el trabajo investigativo realizado por CAMACARO Eliana R. y VARÓN Fanny (1998), el cual analiza la relación entre “El estudio o análisis Económico - Financiero o Evaluación Económica de un Proyecto”, en donde nos aseveran que: *“dicho estudio se encargan de realizar las evaluaciones económicas de cualquier proyecto de inversión, para determinar la factibilidad o viabilidad económica de un proyecto. Este debe estar concebido desde el punto de vista técnico y debe cumplir con los objetivos que ella se espera.”*

En otras palabras se trata de estudiar si la inversión que queremos hacer va a ser rentable o no, si los resultados arrojan, que la inversión no se debe hacer, se debe tomar otra alternativa o evaluar la alternativa que más le convenga financieramente a la empresa de acuerdo a sus políticas.

## **Etapas de un estudio Económico Financiero**

### Componentes y sustentos Técnicos

- Localización de la empresa
- Productos y servicios de la empresa
- Interacción de procesos

### Estudio de mercado

- Objetivos del estudio de mercado
- Mercado objetivo
- Análisis de la oferta
- Análisis de la demanda
- Demanda potencial
- Estimación de la demanda insatisfecha
- Oferta de producto

### Estudio financiero

- Objetivos
- Inversión en activos fijos
- Inversión requerida
- Financiamiento
- Amortización de la deuda

- Producción proyectada
- Costos y gastos
- Costo de producción
- Proyección de los costos
- Ingresos
- Flujo de caja proyectado

### Evaluación

- Análisis de sensibilidad
- Valor actual neto
- Tasa interna de retorno
- Relación Beneficio / Costo (B/C)
- Recuperación del capital

### **Conceptos y definiciones**

- Componentes.- son todas aquellas partes que forman parte de la empresa para el funcionamiento de la misma
- Sustentos técnicos.- es la exposición por escrito de las circunstancias observadas en la empresa, con explicaciones detalladas que certifiquen lo dicho.
- Localización.- es la determinación del lugar en el cual se halla una persona o una cosa en este caso la empresa.
- Producto.- es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos, según el productor; el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización o consumo.

- Servicio.- son actividades identificables, intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente.
- Interacción de Procesos.- relación de actividad o esfuerzo que existe entre un conjunto de las diferentes fases o etapas sucesivas que tiene una acción.
- Estudio de mercado.- consiste en determinar las preferencias y gustos del consumidor en cuanto al consumo de un producto específico.
- Objetivos.- fin al que se dirige una acción u operación.
- Mercado objetivo.- destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.
- Oferta.- conjunto de bienes o servicios que compiten en el mercado con un precio dado y en un momento determinado.
- Distribución.- reparto de un producto del fabricante al comerciante.
- Venta.- entrega de una cosa a una persona a cambio de una cantidad de dinero convenida.
- Estudio financiero.- estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras.
- Proceso productivo.- actividades o acciones destinadas a la elaboración o confección de un bien.
- Depreciación.- disminución del valor o precio de una moneda o de otra cosa.
- Amortización.- proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero.
- Inversión.- colocación de dinero con objeto de obtener un beneficio o interés.
- Capital de trabajo.- es la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo.

- Sensibilidad.- medida del efecto que tienen los cambios en una variable sobre el riesgo y rendimiento de una inversión.
- Evaluación.- análisis de una cosa que determina su valor, importancia o trascendencia.
- Proyección.- acción que consiste en reflejar datos en un periodo futuro esperado.
- Rentabilidad.- capacidad de producir un beneficio que compense la inversión o el esfuerzo que se ha hecho.

## Etapa I

### 6.7.2. Componentes y sustentos Técnicos

#### Localización macro

Inti Cuy se encontrará localizada estratégicamente en el centro del Ecuador, en la provincia de Tungurahua, en la ciudad de Ambato.



Gráfico N° 36: Localización macro  
 Fuente: Investigación  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

## Localización micro

Las personas que se dedican a la crianza de cuyes, viven en la zona y en las cercanías, por ello el punto estratégico estará localizado en el Barrio Condezán Parroquia de Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

## Productos y servicios que ofertará Inti Cuy:



Gráfico N°37: Cuyes en pie  
Fuente: Investigación.  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



Gráfico N° 38: Cuyes faenados  
Fuente: Investigación.  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



Grafica N° 39: Alimento balanceado para cuyes  
 Fuente: Bioalimentar.  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

<b>ANÁLISIS NUTRICIONAL GARANTIZADO</b>			
	<b>CUYES CRECIMIENTO</b>	<b>CUYES ENGORDE</b>	<b>CUYES REPRODUCTORAS</b>
Proteína Cruda (mín.)	17%	15%	18%
Grasa (mín.)	4%	4%	3%
Fibra cruda (máx.)	8%	9%	8%
Cenizas (máx.)	6%	6%	7%
Humedad (máx.)	13%	13%	13%
Presentación	Pelet	Pelet	Pelet

Estos productos son procesados bajo un Sistema de Gestión de INOCUIDAD ALIMENTARIA certificado con la norma ISO 22000:2005

<b>PROGRAMA DE ALIMENTACIÓN</b>		
<b>CUYES CRECIMIENTO</b>	<b>CUYES ENGORDE</b>	<b>CUYES REPRODUCTORAS</b>
Desde los 14 días hasta los 55 días de edad	Desde los 55 días hasta la comercialización	Durante toda la etapa de gestación y lactancia.

Grafica N° 40: Análisis nutricional  
 Fuente: Bioalimentar.  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

## Misión

Somos una empresa que promueve, procesa, comercializa y distribuye Cuyes para consumo, reproducción o crianza, garantizamos entrega a tiempo y stock suficiente para satisfacer las exigencias del mercado.

## Visión

Ser una empresa líder en el mercado con el suministro de Cuyes para el consumidor local y nacional con los más altos estándares de calidad y

cantidad a precios razonables, garantizar el mejor resultado para nuestros clientes, conquistando juntos nuevos mercados y negocios sin fronteras, permaneciendo en el gusto y preferencia de los consumidores más exigentes.

**Objetivos del negocio:**

- Incrementar las ventas en un 20% en un periodo de 1 año.
- Tener una tasa de crecimiento del 20% anual.
- Introducir un programa de aseguramiento de actividades para la empresa, donde se deleguen cargos específicos a las personas involucradas.

**Descripción del negocio:**

Empresa dedicada a la comercialización de especies menores, con la posibilidad de ir ampliando progresivamente la gama de productos agroalimentarios disponibles, siguiendo siempre la más estricta línea de calidad de nuestros productos (cuyes de raza y de campo).

Ésta asociación se fundó en el año 2011, pero desde entonces no ha tenido la empresa un crecimiento notable porque no tuvo el apoyo tanto gubernamental como privado. Pero eso no ha sido impedimento para que continúe la asociación, ahora tenemos ayuda gubernamental gracias al interés que se ve reflejado en las familias involucradas en el negocio y el acceso a los beneficios públicos por parte del gobierno.

Las personas que se dedican a la crianza de especies menores son los propietarios de esta empresa ya que cuentan con experiencia en la cría de cuyes, pero no la suficiente por lo que han necesitado capacitaciones y



ayuda técnica. De esta manera maximizan ingresos y disminuyen gastos innecesarios.

### **Interacción de procesos**

El desarrollo del proceso de ampliación requiere de apoyo de cada una de las personas dedicadas a la crianza de cuyes del sector Quisapincha

Se coordinaran actividades de crianza, con las de comercialización y de esta manera cubrir la demanda del mercado.

### **Sistema contable**

Para mantener las cuentas contables en orden, existirá un contador general y la contabilidad de costos el mismo que brinda la información oportuna y detallada de las operaciones que realiza la organización contribuyendo de forma significativa a la toma de decisiones.

### **Planeación**

Para un gerente y para un grupo de empleados es importante decidir o estar identificado con los objetivos que se van a alcanzar. El siguiente paso es alcanzarlos. Esto origina las preguntas de ¿qué trabajo necesita hacerse? ¿Cuándo y cómo se hará? ¿Cuáles serán los necesarios componentes del trabajo?, las contribuciones y como lograrlos. En esencia, se formula un plan o un patrón predeterminando de las futuras actividades, esto requiere la facultad de prever, de visualizar, y tener un propósito de llegar a metas más altas.

### **Actividades importantes de planeación:**

- Aclarar, amplificar y determinar los objetivos.
- Pronosticar.
- Establecer las condiciones y suposiciones bajo las cuales se hará el trabajo.
- Seleccionar y declarar las tareas para lograr los objetivos.
- Establecer un plan general de logros enfatizando la creatividad para encontrar medios nuevos y mejores de desempeñar el trabajo.
- Establecer políticas, procedimientos y métodos de desempeño.
- Anticipar los posibles problemas futuros.
- Modificar los planes a la luz de los resultados del control.

### **Organización.**

Después de que la dirección y formato de las acciones futuras ya hayan sido determinadas, el paso siguiente para cumplir con el trabajo, será distribuir o señalar las necesarias actividades de trabajo entre los miembros del grupo e indicar la participación de cada miembro del grupo. Esta distribución del trabajo esta guiado por la consideración de cosas tales como la naturaleza de las actividades componentes, las personas del grupo y las instalaciones físicas disponibles.

Estas actividades y componentes están agrupadas y asignadas de manera que un mínimo de gastos o un máximo de satisfacción de los empleados se logre o que se alcance algún objetivo similar. Cada uno de los miembros asignados a una actividad se enfrenta a su propia relación con el grupo y la del grupo con otros grupos de la empresa y todos al alcance de una sola visión.

### **Actividades importantes de organización.**

- Subdividir el trabajo en unidades operativas.
- Agrupar las obligaciones operativas en puestos.
- Reunir los puestos operativos en unidades manejables y relacionadas.
- Aclarar los requisitos del puesto.
- Seleccionar y colocar a los individuos en el puesto adecuado.
- Utilizar y acordar la autoridad adecuada para cada miembro.
- Proporcionar facilidades personales y otros recursos.
- Ajustar la organización a la luz de los resultados del control.

### **Ejecución.**

Para llevar a cabo físicamente las actividades que resulten de los pasos de planeación y organización, es necesario que el gerente tome medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten la tarea. Entre las medidas comunes utilizadas por el gerente para poner el grupo en acción, dirigir, y desarrollar a los gerentes, instruir, ayudar a los miembros a mejorarse lo mismo que su trabajo mediante su propia creatividad y la compensación a esto se le llama ejecución.

### **Actividades importantes de la ejecución.**

- Practicar la filosofía de participación por todos los afectados por la decisión.
- Conducir y retar a otros para que procuren mejor esfuerzo
- Motivar a los miembros.
- Comunicar con efectividad.
- Desarrollar a los miembros para que ejecuten su potencial.

- Recompensar con reconocimiento y buena paga por un trabajo bien hecho.
- Satisfacer las necesidades de los empleados a través de esfuerzos en el trabajo.
- Revisar los esfuerzos de la ejecución a la luz de los resultados del control.

## **Control**

Los gerentes siempre han encontrado conveniente comprobar o vigilar lo que se está haciendo para asegurar que el trabajo de otros progrese en forma satisfactoria hacia el objetivo predeterminado. Establecer un buen plan, distribuir las actividades componentes requeridas para ese plan y la ejecución exitosa de cada miembro no asegura que la empresa será un éxito.

Pueden presentarse discrepancias, malas interpretaciones y obstáculos inesperados y habrán de ser comunicados con rapidez al gerente para que se emprenda una acción correctiva.

### **Actividades importantes de control**

- Comparar los resultados con los planes generales.
- Evaluar los resultados contra los estándares de desempeño.
- Idear los medios efectivos para medir las operaciones.
- Comunicar cuales son los medios de medición.
- Transferir datos detallados de manera que muestren las comparaciones y las variaciones.
- Sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias.
- Informar a los miembros responsables de las interpretaciones.

## **Etapa II**

### **6.7.3. Análisis del mercado**

#### **Objetivos del Estudio de Mercado**

##### **Objetivo General**

- Determinar el Mercado Potencial Insatisfecho y analizar la factibilidad de comercialización de especies menores en los mercados del cantón Ambato.

##### **Objetivos Específicos**

- Proyectar la Demanda y Oferta del sector.
- Valorar la actual competencia que existe en el Mercado.
- Establecer una sólida política de precios que garanticen una clientela estable.

##### **Conceptos y definiciones**

Según el estudio realizado por COSTALES BOLIVAR (1996), en su libro titulado Elaboración y evaluación de Proyectos, manifiesta que el estudio de mercado consiste en determinar la cantidad de bienes y servicios que las empresas están en posibilidad de producir para atender las necesidades de la población a un nivel de precio fijado para la competencia. Visto así el estudio de mercado constituye el antecedente previo para el análisis: técnico ¿Cómo se ha de producir?, económico ¿a qué costo se va a producir?, y financiero ¿Qué beneficios se esperan?

El proceso de desarrollar una investigación de mercado es de vital importancia para el presente proyecto ya que la información obtenida a través del estudio de mercado permitirá visualizar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto empresarial. Además ayuda a determinar y descubrir la existencia de un mercado apto para el producto, mediante la información que se obtenga de los principales actores que operan en el mismo.

Para el estudio de mercado es necesario tener conocimiento de los productos que actualmente oferta la empresa y la competencia, esto permitirá analizar detenidamente a los competidores con los que se enfrenta el negocio.

### **Importancia de la investigación de mercado**

La presente investigación pretende dar una noción clara del negocio y de las operaciones que se van a desarrollar para el adecuado funcionamiento de la empresa. Se mostrará de forma detallada las características del producto las cuales deben satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores, para ello se realizará una investigación de mercado en la provincia de Tungurahua con el propósito de identificar y analizar la oferta y demanda del producto.

### **Definición del Producto y Servicio.**

Según Baca Urbina (2006), en esta parte se debe hacer una descripción exacta del producto que se pretenda elaborar. Esto debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la Secretaria de Estado o Ministerio correspondiente.

En la actualidad y dentro del mundo de los negocios, se ha dado gran importancia al servicio y éste, ha generado una competencia que se basa en la atención y satisfacción del cliente.

El proyecto referente a la comercialización de especies menores, tomará el nombre de **“EL CUY DE LAS ALTURAS”** con el que se identificará esta razón social y comercial.

### **Mercado objetivo**

Los Cuyes por su naturaleza y tradición son destinados para el consumo ocasional, en festividades o en celebraciones, esta práctica se la realiza con mayor énfasis en la región sierra del Ecuador y en las zonas rurales de la misma.

Existen varios sectores gastronómicos en los cuales en el menú consta el Cuy, lugares como: Ficoa, Atahualpa, Quisapincha, Panzaleo, Baños, y en la mayoría de mercados de Tungurahua.

En los últimos años el Ecuador ha impulsado al desarrollo de los microempresarios y a la exportación de nuevos productos, por lo que, la exportación es una de las opciones futuras a las que se proyectará la empresa.

### **Naturaleza y Uso del Producto y Servicio.**

Según Baca Urbina (2006), Los productos pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista:

“Por su vida de almacén, se clasifica en duraderos (no perecederos), como son los aparatos eléctricos, herramientas, muebles y otros, y no duraderos (perecederos), que son principalmente alimentos frescos y envasados”

“De conveniencia, los que a su vez se subdividen en básicos, como los alimentos, cuya compra se planea, y de conveniencia por impulso, cuya compra no necesariamente se planea, como ocurre con las ofertas, los artículos novedosos, etc.”

El producto que se ofrecerá en los mercados, están destinados al consumo por ser un alimento por lo que cumpliremos con las más altas normas de higiene; y también es un producto de crianza ya que algunos clientes prefieren tener crías y alimentarlos para llegar al mismo fin de que sirvan como alimento.

El producto que comercializaremos tiene garantía ya que ofrecemos un producto nutritivo, con un alto contenido de proteínas, y que a su vez contribuyan a la salud y buena nutrición de nuestros clientes.

### **Investigación de Mercado.**

Muñiz (2004), cita a la American Marketing Association (AMA), para quien el estudio de mercado es: “La recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios”.

En este proyecto se recopila toda la información y las variables que afecten directamente a la comercialización de especies menores los cuales son:

- Preferencias y gustos de los consumidores, (la Demanda)
- La competencia (la Oferta),



- Se establece el mercado objetivo (segmentación)

Se debe analizar las restricciones físicas técnicas, materiales, políticas, legales y administrativas, los cuales permiten llevar a cabo un análisis minucioso de los resultados obtenidos y para proceder a la toma de decisiones en beneficio de todos los proveedores que conforman la asociación del Barrio Condezán.

### Segmentación

Según, López (2001) en su documento electrónico “Investigación de mercados” expresa que: “La segmentación del mercado de consumo consiste en dividir un mercado en grupos distintos de compradores que podrían necesitar productos o mezclas de marketing diferentes”.

Cuadro N° 4: Determinación del universo

Población Total Provincia de Tungurahua	100%	491.629
Población del Cantón Ambato	65.13%	320.239
Población Ambato Urbana 2.10% TCA	53.38%	170.969
Población vegetariana	-9.8%	154.214
Índice de extrema pobreza	-4.0%	148.045
Universo (redondeado)		148.000

**Fuente:** INEC

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

## **Fuentes de Investigación**

Las fuentes de información utilizadas para el presente proyecto son:

- Las personas encuestadas (Población Económicamente Activa en la ciudad de Ambato).
- La competencia
- Los indicadores económicos
- Internet
- Textos
- Publicaciones (INEC)

La labor previa a toda investigación debe ser siempre el análisis y recopilación de toda la información que se pueda obtener, con relación a los problemas que se pretenden investigar, aunque en el mercado existe una serie de informes monográficos, datos estadísticos, estudios de organismos públicos y asociaciones que están a plena disposición del analista, que constituye una fuente muy valiosa.

Entonces será muy importante utilizar este tipo de investigación para obtener datos reales del mercado. En el presente proyecto se realizó encuestas de campo en donde se determinó gustos y preferencias de la población o del Mercado Objetivo, también se realizó una investigación de la competencia en cuanto al servicio que ofrece en precios y el tipo de producto.

Una vez elegidas las posibles fuentes de datos fueron valoradas tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- Grado de fiabilidad.
- Origen de la fuente.
- Grado de obsolescencia.

## Instrumento de Recolección de Datos

### Elaboración del cuestionario

- Al conocer la fuente donde va a buscarse los datos, se elabora el cuestionario tomando en cuenta las características de la fuente elegida. Es ésta una cuestión de suma importancia, pues una adecuada realización del cuestionario puede eliminar, o al menos reducir, muchas causas que ocasionan fallos en una encuesta.
- El cuestionario no sólo debe permitir una correcta plasmación de la información buscada, sino que también tiene que ser diseñado de tal forma que facilite al máximo las posibilidades de un tratamiento cuantitativo de los datos recogidos. Es decir, hay dos aspectos que se deben tener en cuenta:
  - Por un lado, el cuestionario es el punto de encuentro, en la relación de comunicación, entre el entrevistador y el entrevistado. De ahí la importancia de que el cuestionario posibilite una corriente de comunicación, fácil y exacta, que no dé lugar a errores de interpretación y permita cubrir todos los objetivos.
  - Por otra parte, el cuestionario es un formulario, es decir, un impreso en el que se registran datos e información, por lo que en su elaboración se definen ya los códigos de tabulación y el formato, de manera que la labor del procesado de datos resulte simple. Asimismo, la experiencia aconseja que se aproveche la realización de los «pretests» o encuestas piloto para probar el cuestionario diseñado, incluso después de los estudios necesarios.

Dentro del cuestionario, se pueden realizar diferentes tipos de preguntas:

- Abiertas y Cerradas. Abiertas, son aquellas en que el entrevistador puede dar libremente su respuesta. Por el contrario, en las Cerradas el entrevistador debe elegir una o varias opciones que exista en la pregunta.

- Para la investigación se utilizó preguntas cerradas, que ayudara con el análisis estadístico, la tabulación y la interpretación de resultados. (ver en anexos-encuesta)

### **Cálculo de la Muestra**

En estadística una muestra estadística (también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra) es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

n = tamaño de la muestra.

Z = nivel de confianza de los datos, fluctúa entre 90%, 95% y 99%, para la correspondiente información se utilizara el 95%.

P = proporción de los elementos que tienen la cualidad; probabilidad de ocurrencia cuando se desconoce la varianza de la población.

Q = 1-P, proporción de los elementos que no tienen la cualidad, probabilidad de no ocurrencia, cuando se desconoce la varianza de la población.

e = error de muestreo.

N = población.

Según información obtenida en la segmentación del mercado se tiene 148.000 posibles futuros consumidores como universo para el presente proyecto.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 148.000}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 148.000 * 0.05^2}$$

$n = 383$

Tenemos como resultado un total de 383 personas a ser encuestadas para el desarrollo del estudio de mercado.

Utilizaremos el método aleatorio para la selección de personas a ser encuestadas, las mismas que se realizarán en la zona centro de la provincia, en los sectores aledaños a los mercados del cantón Ambato en un día lunes por ser el de mayor concurrencia de personas de todos los cantones.

Algunas de las personas que asisten al mercado donde se comercializan los cuyes, son personas que tienen restaurantes o también criaderos y por último personas que les gusta consumir esta carne y quieren darse un gusto diferente; esta carne no es muy común para consumir a diario. Sino en ocasiones especiales y otros lo consumen por su salud porque tiene nutrientes como proteína, vitamina c entre otros.

**Análisis de resultados**  
**Resultados de la investigación de mercado**  
**Pregunta N° 1. Edad**

Tabla N° 33: Edades

Rangos de edad	Totales	%
<b>15 a 25</b>	127	33%
<b>26 a 35</b>	113	30%
<b>36 a 45</b>	143	37%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

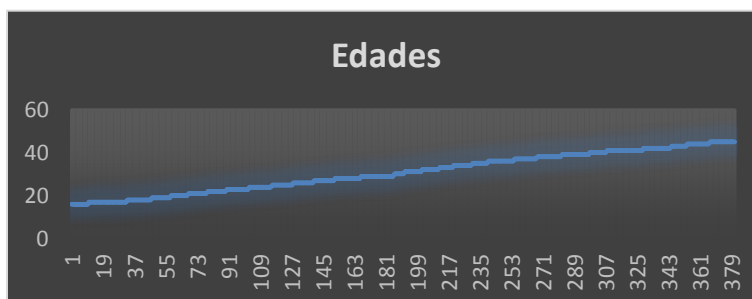


Gráfico N° 41: Edades  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:**

Para el mejor análisis de los datos se han tomado tres rangos específicos de edades, de 15 a 25 con un 33% del total de personas, entre 26 a 35 años tenemos el 30% y entre 36 y 45 existe un 37%.

**Interpretación:**

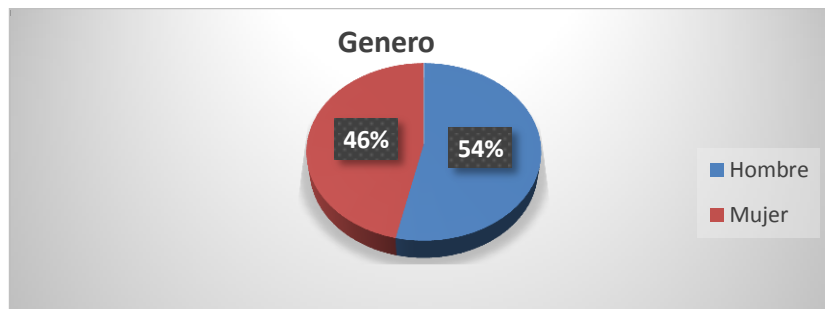
Los resultados entre los tres rangos de edades no presentan una diferencia significativa por lo que podemos decir que la edad no es un factor determinante al momento de consumir cuy, por otro lado, el mayor porcentaje entre los tres rangos pertenece a las personas con edades comprendidas

entre 36 y 45 años, esto puede deberse a que tienen mayor poder adquisitivo o a que aún conservan costumbres y tradiciones en donde prevalecía el consumo del cuy.

**Tabla N° 34: Género**

Alternativas	Total	%
<b>Hombre</b>	205	54%
<b>Mujer</b>	178	46%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



**Gráfico N° 42: Género**  
**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Borja, Raquel (2014)

**Análisis:**

De las 383 personas encuestadas 205 son hombres representando el 54% y 178 son mujeres con el 46%.

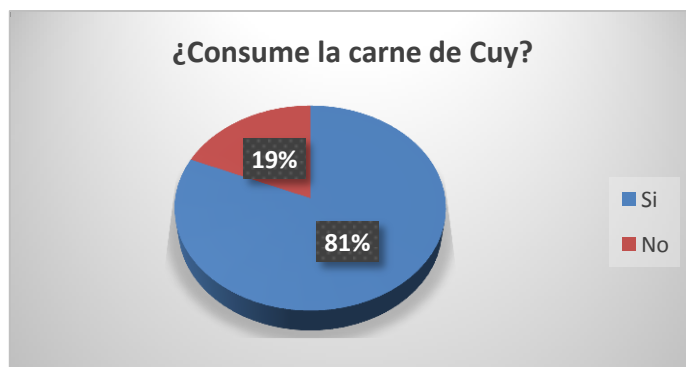
**Interpretación:**

Las encuestas se las realizaron tanto a hombres como a mujeres a través de una selección aleatoria para no distorsionar los datos obtenidos

**Tabla N° 35: Consumo de carne de cuy**

Alternativas	Total	%
Si	312	81%
No	71	19%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



**Gráfico N° 43: Consumo de carne de cuy**  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **Análisis:**

El 81% de las personas encuestadas, es decir 312 personas de las 383 manifiestan consumir carne de cuy mientras que el 19% restante dice no hacerlo.

### **Interpretación:**

Existe una mayoría significativa en cuanto a las personas que consumen cuy por lo que podemos decir que si existe un mercado potencial para la carne de cuy.

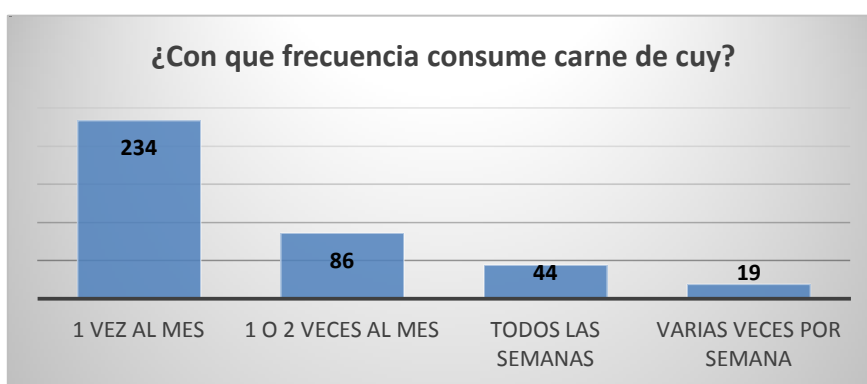


**Tabla N° 36: Frecuencia de consumo**

Alternativas	Total	%
1 vez al mes	234	62%
1 o 2 veces al mes	86	22%
Todos las semanas	44	11%
Varias veces por semana	19	5%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



**Gráfico N° 44: Frecuencia de consumo**

**Fuente:** Encuesta

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **Análisis:**

El 62% de las personas encuestadas aseguran comer carne de cuy una vez al mes, el 22% dice consumir de una a dos veces al mes mientras que el 16% restante lo hace con mayor frecuencia.

### **Interpretación:**

La carne de cuy no ha sido muy comercializada sin embargo las personas aseguran consumir la carne de cuy por lo menos una vez al mes, cabe recalcar que el cuy es uno de los platillos más solicitados en las celebraciones, aunque a nivel de comida gourmet no se lo ha explotado.

**Tabla N° 37: Características de la carne de cuy**

Alternativas	Total	%
Que sea crocante.	52	14%
Que sea blanda.	49	12%
Que sea saludable.	114	30%
Que aporte nutrientes.	73	19%
Que sacie el hambre.	53	14%
Que pueda constituir una alternativa nutritiva como almuerzo	42	11%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

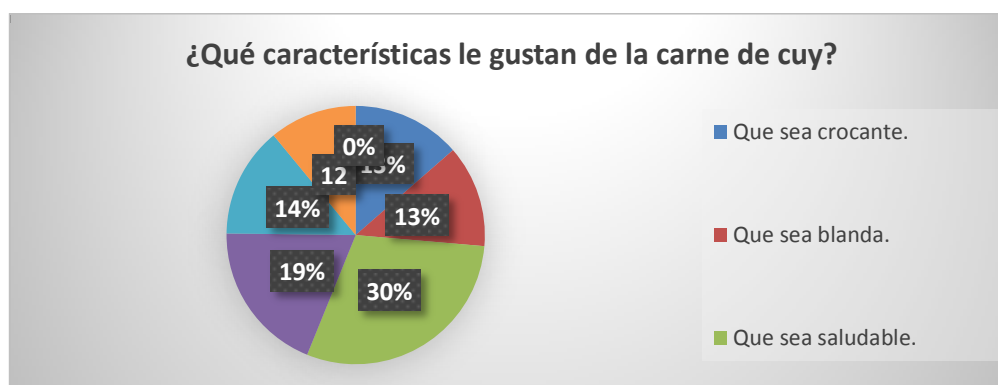


Gráfico N° 45: Características de la carne de cuy

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **Análisis:**

Según los resultados obtenidos tenemos que el 30% de las personas encuestadas desea que la carne de cuy sea saludable, el 19% desea que aporte nutrientes, mientras que el resto mantiene preferencias similares en cuanto a que sea crocante o blanda, que sacie el hambre o que pueda constituir una comida diaria.

**Interpretación:** Las personas concuerdan en que la carne de cuy necesita ser saludable y aportar nutrientes al organismo humano, las personas en la actualidad buscan lo más saludable porque su ritmo de vida habitual no les permite tener malos hábitos alimenticios.

**Tabla N° 38: Lugar de consumo**

Alternativas	Total	%
Ficoa	92	24%
Atahualpa	59	15%
Quisapincha	47	12%
Mercado	38	11%
Otros	147	38%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Borja, Raquel (2014)



**Gráfico N° 46: Lugar de consumo**  
**Elaborado por:** Borja, Raquel (2014)

### **Análisis:**

El 11% de las personas encuestadas afirman haber consumido cuy en los mercados, el 12% ha consumido cuy en la parroquia Quisapincha, el 15% indica que ha consumido cuy en la parroquia de Atahualpa, el 24% manifiesta que ha consumido cuy en los restaurantes turísticos del sector Ficoa y la mayoría con el 38% ha consumido cuy en otros lugares.

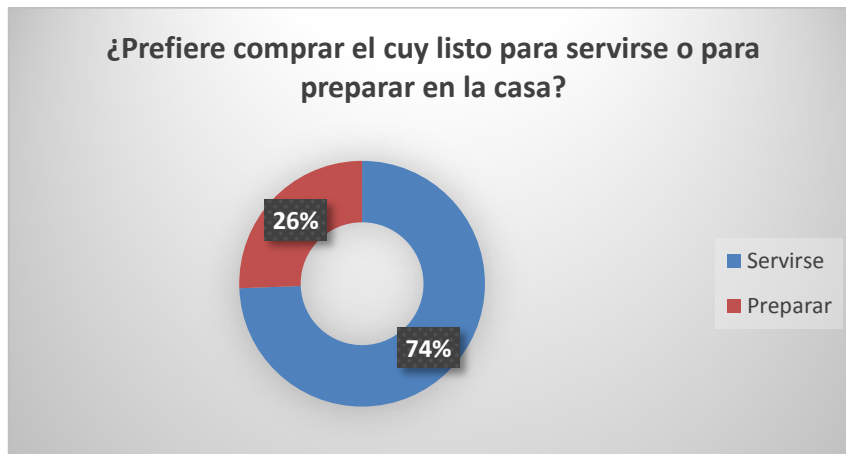
### **Interpretación:**

Los lugares tomados en cuenta para esta encuesta son los más representativos en cuanto a comida de cuy, pero en realidad, al cuy como comida se lo puede encontrar en varios sectores de la sierra, es por ello que algunas personas afirman haber consumido cuy en otros lugares distintos.

**Tabla N° 39: Cuy para servirse o para preparar**

Alternativas	Total	%
Servirse	285	74%
Preparar	98	26%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



**Gráfico N° 47: Cuy para servirse o para preparar**  
**Fuente:** Encuesta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **Análisis:**

El 74% de las personas encuestadas prefieren comprar el cuy listo para servirse mientras que el 26% prefiere prepararlo en sus hogares.

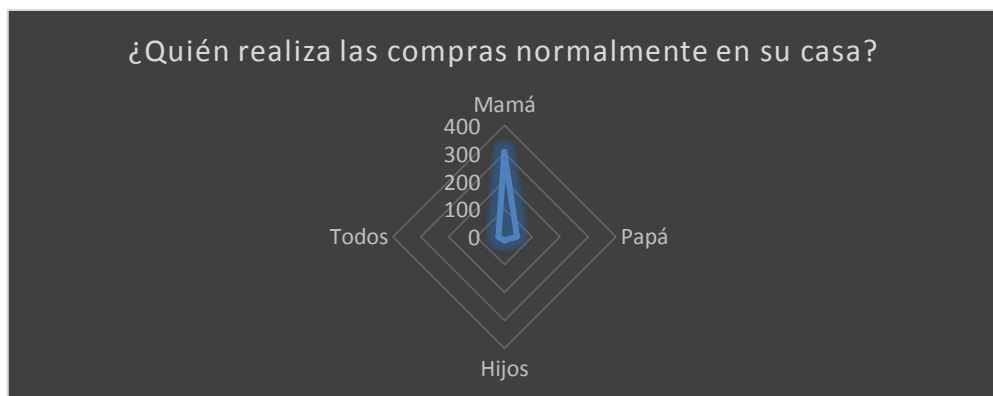
### **Interpretación:**

La mayoría de personas por cuestiones de tiempo prefieren pagar por el cuy listo para ser consumido, por otra parte también existen personas que disfrutan de la gastronomía y prefieren prepararlo a su gusto.

**Tabla N° 40: Encargado de compras**

Alternativas	Total	%
Mamá	304	79%
Papá	45	12%
Hijos	13	3%
Todos	21	6%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



**Gráfico N° 48: Encargado de compras**  
**Fuente:** Encuesta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **Análisis:**

En los hogares de las personas encuestadas el 79% respondió que la persona encargada de hacer compras es la madre, el 12% atribuye esta responsabilidad a los padres y el 9% restante dice compartir la responsabilidad entre toda la familia.

### **Interpretación:**

En la mayoría de hogares las personas encargadas de realizar las compras son las mujeres o madres de familia, sin embargo el resto de los integrantes del hogar también pueden hacerlo por lo que se recomienda un marketing para toda la familia.

**Tabla N° 41: Precio estimado de un platillo de cuy**

Alternativas	Total	%
3,5	213	56%
4	86	22%
4,5	43	11%
5	22	6%
5,5	19	5%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



Gráfico N° 49: Precio estimado de un platillo de cuy

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **Análisis:**

Del total de personas encuestadas el 56% estarían dispuestas a pagar un valor de 3 dólares con 50 centavos, el 22% de las personas pagarían un máximo de 4 dólares, el 11% pagarían 4 dólares con 50 centavos y el 11% restante estaría dispuesto a pagar entre 5 dólares con 50 centavos.

**Interpretación:** La mayoría de personas siempre busca la economía es por ello que tenemos un alto porcentaje en las personas que estarían dispuestas a pagar 3 dólares con 50 centavos, sin embargo existe personas que estarían dispuestas a pagar un poco más.

**Tabla N° 42: Lugar de compra**

Alternativas	Total	%
Supermercado	0	0%
Tienda	0	0%
Mercado	382	100%
Otros	1	0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



**Gráfico N°50: Lugar de compra**

**Fuente:** Encuesta

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Análisis:**

El 100% de las personas encuestadas si fueran a preparar al cuy ellos mismos preferirían adquirirlo en los mercados.

**Interpretación:**

Todas las personas o su gran mayoría relacionan al cuy con el mercado o con una feria como lugar para adquirirlo, esto debido a que no se ha explotado ese producto.

**Tabla N°43: Precio estimado de cuy entero faenado**

Alternativas	Total	%
7	242	63%
8	81	21%
9	51	14%
10	9	2%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



Grafico N° 51: Precio estimado de cuy entero faenado

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **Análisis:**

El 63% de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar un valor de 7 dólares por un cuy faenado, el 21% estarían dispuestos a pagar 8 dólares, mientras que el 16% restante estarían dispuestos a pagar entre 9 y 10 dólares.

### **Interpretación:**

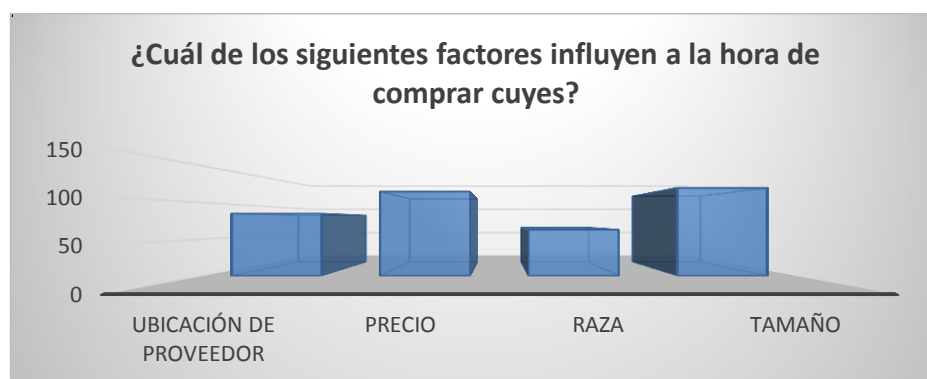
Las personas estiman un valor de 7 dólares como el más accesible al momento de comprar un cuy faenado, hay que tomar en cuenta que un cuy puede dividirse en 4 o 6 platos dependiendo su tamaño.



**Tabla N° 44: Factores de compra**

Alternativas	Total	%
Ubicación de proveedor	85	22%
Precio	115	30%
Raza	63	16%
Tamaño	120	32%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



**Grafico N°52: Factores de compra**  
**Fuente:** Encuesta  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **Análisis:**

El 32% de las personas encuestadas piensa que lo más importante al momento de comprar un cuy debe ser el tamaño, el 30% sugiere que lo más importante es el precio, el 22% indica que la ubicación del proveedor también es importante y el 16% considera al cuy de raza como factor determinante de compra.

### **Interpretación:**

Los resultados obtenidos nos indican que existen varias exigencias en el mercado, en realidad todos los factores son importantes a la hora de comprar un producto por lo que se intentara cubrir todos los factores mencionados.

## ***Mercado objetivo***

Mediante la encuesta obtuvimos que el 81% de las personas encuestadas consumen carne de cuy, las 383 personas encuestadas son la muestra de la población total de 148000 personas que segmentamos, por lo que, podemos decir que el 81% de 148000 personas, es la demanda que existe en el mercado es decir existen 119880 personas que consumen carne de cuy.

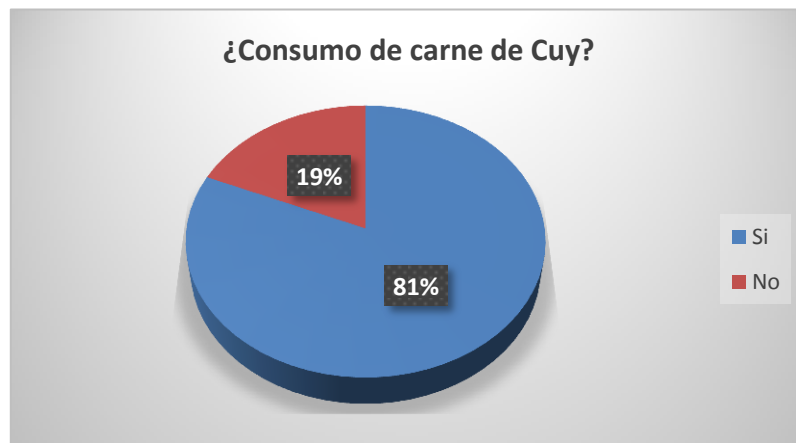


Grafico N°53: Demanda de carne de cuy

**Fuente:** Encuesta

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

Mediante las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas, en cuanto a las preferencias del consumidor al momento de la decisión de consumir o adquirir el producto, tenemos que:

- Los cuyes deberán tener un tamaño grande
- Los precios de los mismos no deben sobrepasar los 8 o 9 dólares
- Los proveedores deberán estar ubicados cerca u ofertar un servicio de entrega o distribución.
- La raza de los cuyes se debe tomar en cuenta para su posterior crianza

También, se debe tomar en cuenta que nuestros principales clientes serán los restaurantes y lugares turísticos en donde se oferte este tipo de platillos, además, se introducirá en mercados y supermercados.

### ***Análisis de la oferta***

En la parroquia de Quisapincha existen aproximadamente 80 familias que se dedican a la crianza de este tipo de animales, con una producción mensual de 160 cuyes en total.

Si bien es cierto Quisapincha no es la única parroquia que produce este tipo de animales por lo que extrapolaremos datos con el objetivo de obtener un estimado de cuanto es la producción de Ambato.

**Tabla N° 45:** Cálculo de producción anual

	<b>Mensuales</b>	<b>Anuales</b>	<b>Habitantes</b>
<b>Quisapincha</b>	160	1920	13001
<b>Ambato</b>	3536	42426	287282

**Fuente:** Investigación  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

Mediante una regla de tres simple se estima la producción de Ambato que es de un total mensual de 3536 cuyes y un total anual de 42426 cuyes.

### ***Análisis de la demanda***

Mediante la encuesta realizada en el estudio de mercado se obtuvo que las personas que consumen carne de cuy en la ciudad de Ambato suman un total de 119880 personas, de las cuales es necesario calcular la frecuencia de consumo para tener un estimado más asertivo.

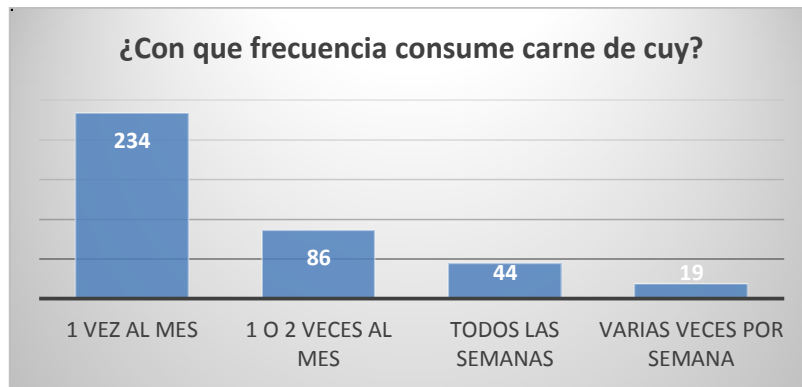


Grafico N° 54: Frecuencia de demanda  
 Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

De las personas encuestadas la gran mayoría afirma consumir una vez al mes carne de cuy mientras que el resto lo hace con mayor frecuencia en el mes, por motivos de realismo y para minimizar el margen de error redondearemos la frecuencia de consumo de las personas a una vez por mes.

Entonces, si 119880 personas son las que consumen carne de cuy en Ambato, debemos tomar en cuenta que la carne de cuy tiene varios productos sustitutos como son la carne de: pollo, res, conejo, chivo y chanco, por ese motivo la demanda de carne de cuy puede verse afectada por sus sustitutos y para dar más realidad a los datos obtenidos estimaremos la demanda de cada tipo de carne, en donde el consumo total de 119880 se divide para los tipos de carne obteniendo así una demanda 19880.

A su vez un cuy puede ser repartido en 4 porciones y de esa forma se lo hace en la mayoría de restaurantes, y manteniendo nuevamente una postura de realismo e intentando mitigar el error diremos que cada persona consume una porción, entonces serian 19880 dividido para 4 dándonos un total de 4995 cuyes como demanda potencial mensual.

### ***Demanda insatisfecha estimada***

La demanda insatisfecha se entiende por el segmento de mercado que la oferta no puede o no logra cubrir, para su cálculo utilizando la oferta estimada y la demanda calculada.

**Tabla N° 46:** Demanda insatisfecha

	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
<b>Oferta estimada</b>	3536	42426
<b>Demanda calculada</b>	4995	59940
<b>Demanda Insatisfecha</b>	1459	17514

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

Cabe mencionar que los cálculos son en unidades de cuyes. Obtuvimos una demanda insatisfecha de 1459 cuyes mensuales, por lo que podemos decir que si existe un mercado amplio para cubrir.

### ***Oferta Inti Cuy***

Inti Cuy será un centro de acopio y distribución de cuyes en pie y faenados, ubicado en la provincia de Tungurahua en el Cantón Ambato, Parroquia Quisapincha, la misma que se encuentra situada a 15 minutos de la ciudad de Ambato. A 12 kilómetros al occidente de la ciudad de Ambato.

En donde se exhibirán cuyes vivos y faenados para deleite de las personas que gustan de este producto a más de la distribución a los clientes fijos.

## **Etapas III**

### **6.7.4. Estudio financiero**

El estudio financiero proporciona la información necesaria acerca de los requerimientos para la empresa. Se podrá evaluar los costos y gastos inmersos en el desarrollo de las operaciones de la empresa Inti Cuy, además prevenir las necesidades de inversión en el centro de acopio y distribución de cuyes.

#### **Objetivos**

##### **Objetivo general**

Determinar la viabilidad financiera para un centro de acopio y distribución de cuyes, su rentabilidad y su conveniencia en términos de costo y beneficio.

##### **Objetivos específicos**

- Determinar la inversión necesaria para que las instalaciones se ajusten a las necesidades del centro de acopio y distribución.
- Proyectar los gastos administrativos de operación que se obtendrán durante la vida útil del proyecto.
- Definir la estructura financiera considerando opciones de endeudamiento bancario y aportes de socios para el proyecto.
- Estructurar el flujo de efectivo enfocado a determinar la viabilidad del proyecto.
- Determinar índices o razones financieras que permitan un control, evaluación y seguimiento en el desarrollo del centro de acopio y distribución de cuyes Inti Cuy.

## Proceso de producción

Los miembros de la asociación serán los encargados de criar a los cuyes, sin embargo es necesario determinar un proceso estándar de crianza para mayor entendimiento y para que la persona encargada de ventas y atención al cliente pueda dar una amplia información.

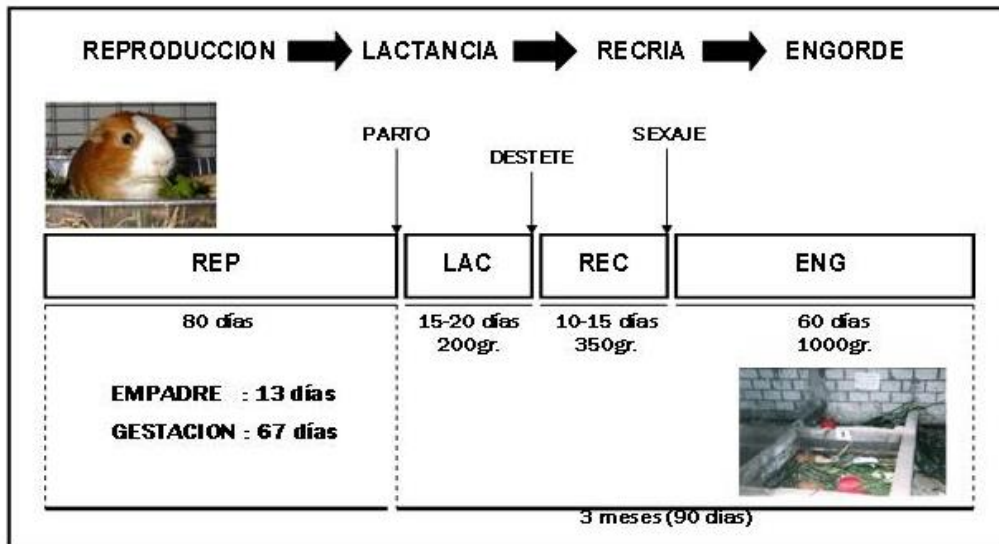


Grafico N°55: Ciclo productivo

Fuente: Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

## Reproducción

- **Empadre:** Cuando los cuyes alcanzan la pubertad, están en capacidad de reproducirse. Se llama pubertad a la edad en la cual la hembra presenta su primer celo y los machos ya pueden cubrir la hembra. En las hembras la edad óptima de empadre es de 3 meses, pudiendo ser útiles para fines reproductivos hasta los 18 meses de vida. Los machos deben iniciarse en la reproducción a los 4 meses, siendo esta la edad optima de empadre.

El empadre es la acción de juntar al macho con la hembra para iniciar el proceso de la reproducción. La densidad de empadre y la capacidad de

carga en machos deben manejarse conjuntamente para tomar la decisión de manejo que debe tenerse en una explotación de cuyes. En este proyecto, la relación de empadre que se maneja en reproducción es de 1 macho y 10 hembras (Núcleo de Empadre).

- **Gestación:** El cuy es una especie poliéstrica y las hembras tienen la capacidad de presentar un celo post-parto asociado a una ovulación. La gestación o preñez dura aproximadamente 67 días (9 semanas). Se inicia cuando la hembra queda preñada y termina con el parto.

La hembra gestante necesita estar en los lugares más tranquilos del cuyero, porque los ruidos o molestias pueden hacer que corran, se pongan nerviosas, se maltraten y por consiguiente se pueden provocar abortos. Para levantar o agarrar a las hembras preñadas, se debe proceder de la siguiente manera: con una mano sujetar al cuy por la espalda y con la otra mano y el antebrazo, el vientre del animal. No se debe coger a las hembras por el cuello porque al mantenerlas colgadas puede producirles un aborto.

- **Parto:** Concluida la gestación se presenta el parto, el cual no requiere asistencia, por lo general ocurre por la noche y demora entre 10 y 30 minutos. El número de crías nacidas es en promedio 3 crías por madre.

La madre ingiere la placenta y limpia a las crías, las cuales nacen completas, con pelo, los ojos abiertos y además empiezan a comer forraje a las pocas horas de nacidas. Las crías nacen muy bien desarrolladas debido al largo período de gestación. Nacen con los ojos y oídos funcionales, cubiertos de pelos y pueden desplazarse y comer forraje al poco tiempo de nacidas.



## **Lactancia**

La lactancia o lactación es el período en el cual la madre da de lactar a su cría, tiene una duración de 2 semanas desde el momento del nacimiento hasta el momento del destete (puede durar hasta 20 días en casos especiales). Las crías comienzan a mamar inmediatamente después que nacen. Las madres producen buena cantidad de leche durante las dos primeras semanas de nacidas las crías. Después de este tiempo casi no producen leche. Este se debe en parte a que las madres han quedado preñadas después del parto (aprovechamiento del celo post-parto). Un cuy nace pesando aproximadamente 100 gramos y deberá ser destetado a los 200 gramos, es decir una vez haya duplicado el peso con el que nació.

## **Recría**

Este periodo es el tiempo de transición entre el destete y el sexaje. Es esta etapa los cuyes destetados (macho y hembras) son llevados a espacios especiales por un espacio de 10 a 15 días, hasta completar un peso de 350 - 400 gramos. A ese tiempo pueden ser sexados para luego ser llevados a espacios de engorde.

## **Engorde**

Al final de la recría se debe determinar el sexo y caracterizar al animal, a fin de poder identificarlo con relativa facilidad. El sexaje se realiza cogiendo a cada cría de espaldas y observando sus genitales. Se puede ver que las hembras presentan la forma de una "Y" en la región genital y los machos un especie de "I" claramente diferenciable. Si no sexan los cuyes a tiempo, habrán copulas prematuras entre familia y ello ocasionará el enanismo

generacional en los cuyes, que es lo que sucede en la crianza familiar o artesanal.

Esta etapa comprende el periodo desde el sexaje hasta el momento de la saca. Los animales se colocan en número de 10 a 15 cuyes del mismo sexo por nivel de jaula ó poza, tomando en cuenta las dimensiones de la misma.

La fase de engorde tiene una duración de 45 a 60 días dependiendo de la línea y alimentación empleada, es recomendable no prolongar por mucho tiempo, para evitar peleas entre los machos, las cuales causan heridas y malogran la calidad de la carcasa. Aquellos cuyes que tengan un déficit de peso, podrán ser castrados químicamente para un aumento de peso rápido.

Tasa de fertilidad	90%
Tasa de mortalidad	14%
El período de gestación	67 días
Partos/años	4
Cabezas/parto	2.5 crías
Período de engorde	59 días
Período de saca	90 días
Número de partos óptimos por hembra	De 5 a 6 partos

Grafico N°56: Especificaciones técnicas

**Fuente:** (Pacífico, 2013)

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

En la parte final de la etapa de engorde se traslada a los cuyes al centro de acopio, faenado y distribución, en donde permanecerán aproximadamente por una semana y media en exhibición para que los clientes puedan adquirirlo.

Para ello se adecuará las instalaciones en favor del cuidado de los cuyes mediante el acoplamiento de jaulas, drenaje, alimento, escritorio para la atención al cliente una y bodega para herramientas.

De igual manera si es que el cuy ha sido seleccionado para faenar se procederá de la siguiente manera:

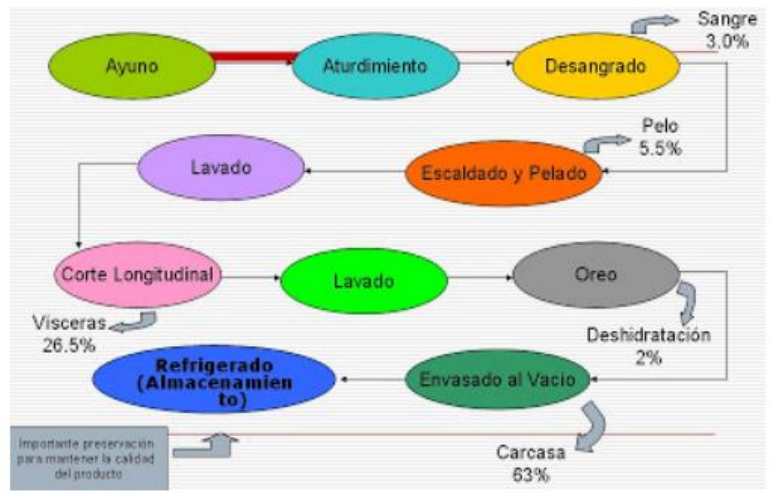


Grafico N° 57: Proceso de faenado  
**Fuente:** Investigación  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

Para ello se necesita adquirir los siguientes activos:



Grafico N°58: Jaulas para cuyes  
**Fuente:** Investigación  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



Grafico N°59: Cocina industrial  
**Fuente:** Investigación  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



Grafico N°60: Mesa industrial  
**Fuente:** Investigación  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



Grafico N°61: Mostrador  
**Fuente:** Investigación  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



Grafico N°62: Congelador industrial  
**Fuente:** Investigación  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

También será necesario adquirir: instrumentos de limpieza y cuidado,

Estos activos serán ubicados estratégicamente en las instalaciones del centro de acopio y distribución Inti Cuy, para ello nos basaremos en el diseño de distribución de planta.

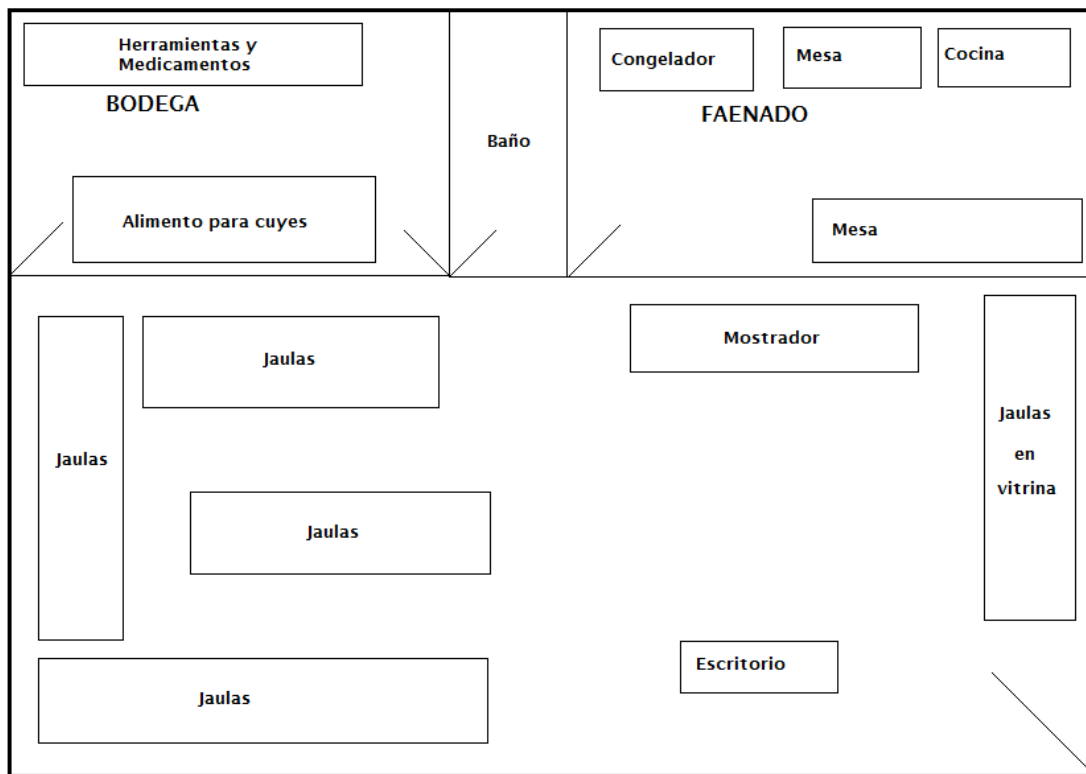


Grafico N°63: Distribución de planta  
**Fuente:** Investigación  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

Y por supuesto un medio de transporte para poder realizar las entregas a nuestros clientes fijos.



Grafico N°64: Furgón  
**Fuente:** Investigación  
 Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

## Inversión en activos

**Tabla N°47:** Inversión en activos

Nombre	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesa industrial	1	560	560
Cocina industrial	1	450	450
Congelador	1	600	600
Mostrador	1	340	340
Jaulas	4	480	1920
Camioneta	1	25299	25299
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>27729</b>	<b>29169</b>
Años de vida útil	5 años		
Depreciación mensual			486,15
Depreciación anual			5833,80

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

## Inversión requerida

**Tabla N°48:** Inversión requerida para proyecto Inti Cuy

Rubro	Valor Total
Capital inicial	2000
Suministros	1000
Adecuación de infraestructura	2000
Inversión en activos	29169
Estudio de mercado	2500
Marketing	7500
<b>Total</b>	<b>44169</b>

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

La inversión que necesita Inti Cuy para establecer un centro de acopio, faenado y distribución de cuyes, es de 44169.00 dólares, este valor cubrirá la compra e instalación de la maquinaria y demás activos también cubrirá los suministros necesarios para poner en marcha el negocio, el estudio de

mercado para elaborar la cartera de clientes, el marketing de lanzamiento del producto y lo más importante la adecuación de la infraestructura.

## Financiamiento

**Tabla N°49:** Capital a financiar

<b>Capital a Financiar</b>		
<b>Activos</b>	<b>USD</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital propio	10000,00	23%
Préstamo	34169,00	77%
<b>Total</b>	<b>44169,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

El monto a ser financiado es de 34169.00 dólares, por ser un monto alto de financiamiento se sugiere a la asociación recurrir a un crédito en una institución financiera, en la cual la tasa especificada por el banco central para créditos productivos es del 11% y del 11.20% para créditos de comercialización, en el proyecto Inti Cuy se requieren los dos tipos de crédito por lo que calcularemos su amortización a una sola tasa.



## Amortización de la deuda

Tabla N° 50: Amortización de la deuda

Tabla de amortización				
<b>Datos:</b>				
<b>Préstamo:</b>	34169,00			
<b>Plazo:</b>	3 años	36 meses		
<b>Tasa anual:</b>	11,30%	<b>Tasa mensual:</b>	0,942%	
<b>Cuota mensual:</b>	949,14			
Periodos	Interés	Pago mensual	Pago Capital	Saldo Insoluto
0				34169,00
1	321,76	949,14	627,38	33219,86
2	312,82	949,14	636,32	32270,72
3	303,88	949,14	645,26	31321,58
4	294,94	949,14	654,19	30372,44
5	286,01	949,14	663,13	29423,31
6	277,07	949,14	672,07	28474,17
7	268,13	949,14	681,01	27525,03
8	259,19	949,14	689,94	26575,89
9	250,26	949,14	698,88	25626,75
10	241,32	949,14	707,82	24677,61
11	232,38	949,14	716,76	23728,47
12	223,44	949,14	725,70	22779,33
13	214,51	949,14	734,63	21830,19
14	205,57	949,14	743,57	20881,06
15	196,63	949,14	752,51	19931,92
16	187,69	949,14	761,45	18982,78
17	178,75	949,14	770,38	18033,64
18	169,82	949,14	779,32	17084,50
19	160,88	949,14	788,26	16135,36
20	151,94	949,14	797,20	15186,22
21	143,00	949,14	806,14	14237,08
22	134,07	949,14	815,07	13287,94
23	125,13	949,14	824,01	12338,81
24	116,19	949,14	832,95	11389,67
25	107,25	949,14	841,89	10440,53
26	98,31	949,14	850,82	9491,39
27	89,38	949,14	859,76	8542,25

28	80,44	949,14	868,70	7593,11
29	71,50	949,14	877,64	6643,97
30	62,56	949,14	886,57	5694,83
31	53,63	949,14	895,51	4745,69
32	44,69	949,14	904,45	3796,56
33	35,75	949,14	913,39	2847,42
34	26,81	949,14	922,33	1898,28
35	17,88	949,14	931,26	949,14
36	8,94	949,14	940,20	0,00

**Fuente:** Investigación  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### Producción proyectada.

Actualmente el mercado tiene una demanda insatisfecha de 1459 personas mensuales. Inti Cuy se compromete en abarcar el 10% de esta demanda insatisfecha en el primer semestre del primer año de ejecución del proyecto, en los años siguientes se abarcará paulatinamente más mercado.

**Tabla N° 51:** Producción proyectada

Años	Producción de cuyes anual	
	Cuyes Unidades	% Demanda Abarcada
1	3503	20%
2	8757	50%
3	13135	75%

**Fuente:** Investigación  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

En el primer año de ejecución del proyecto se espera abarcar el 20 % de la demanda insatisfecha mediante la creación de una cartera de clientes quienes gozarán de promociones y servicios exclusivos como la atención y entrega a domicilio, posteriormente ampliando el mercado de cobertura y con un plan de marketig agresivo se proyecta cubrir el 50 % de la demanda insatisfecha, proyectándonos en un tercer periodo a cubrir el 75 % y ser uno de los principales productores de especies menores “cuyes” del país en los siguientes años.

## Costos

Hay que aclarar que la rotación de inventarios no será mayor a 10 días, para evitar costos de mantener producto en stock.

El proyecto en curso cuenta con el apoyo de los socios miembros del barrio Condezán de la Parroquia de Quisapincha, mismo que dedican su tiempo a la crianza de especies menores como el cuy, otros animales y también a la agricultura.

Por motivos de seguridad tanto para el proyecto como para la economía de las personas socias se procederá a la compra de sus animales (cuyes) con un plazo de pago de 15 días como máximo de esta manera existirá un periodo de tiempo en el cual serán comercializados los cuyes.

Cada unidad de cuy tiene un precio en el mercado dependiendo su tamaño, para estandarizar los datos trabajaremos con un precio un poco más bajo que el promedio entre los precios existentes.

**Tabla N° 52:** Costos de cuyes en pie

Años	Cuyes en pie (unidades)		Costo por cuy (4 USD)	
	Mensual	Anual	Mensual	Anual
1	292	3503	1167,59	14011,14
2	730	8757	2918,99	35027,84
3	1095	13135	4378,48	52541,77

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

En la tabla anterior se muestra el precio al que estarían dispuesto a vendernos los cuyes los miembros de la asociación y una proyección de costos mensuales y anuales en los próximos 3 años, es de vital importancia la comercialización sincronizada y programada de los cuyes para poder

cumplir con los pagos a los socios y no tener que incurrir en cuentas por pagar.

En el estudio de mercado se identificó que existe un mercado potencial del 26% para el consumo de cuyes faenados, entonces de ser el caso de que el consumidor lo desee faenado tendrá un costo adicional de 50 ctv de dólar

**Tabla N° 53:** Mano de obra directa

<b>COSTO MANO DE OBRA DIRECTA</b>								
<b>Cargo</b>	<b>Personas</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>Mensual total</b>	<b>Décimo tercero</b>	<b>Aportes IESS</b>	<b>Provisión Vacaciones</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total anual</b>
Atención al cliente y despachador	1	350,00	350,00	29,17	39,03	14,58	432,78	5193,30
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>350,00</b>	<b>350,00</b>	<b>29,17</b>	<b>39,03</b>	<b>14,58</b>	<b>432,78</b>	<b>5193,30</b>

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Tabla N° 54:** Costos indirectos de fabricación

<b>Descripción</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total anual</b>
Mantenimiento y limpieza	15,00	180,00
Servicios básicos	40,00	480,00
<b>Subtotal</b>	<b>55,00</b>	<b>660,00</b>
Depreciación	486,15	5833,80
<b>Total</b>	<b>541,15</b>	<b>6493,80</b>

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

**Tabla N° 55:** Costos totales

<b>Concepto</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Materia prima (cuyes)	1167,59	14011,14
Mano de obra	432,78	5193,30
C.I.F.	541,15	6493,80
<b>Subtotal</b>	<b>2141,52</b>	<b>25698,24</b>
Imprevistos	21,42	256,98
<b>Total</b>	<b>2162,93</b>	<b>25955,22</b>
<b>Costo por unidad</b>	<b>7,41</b>	

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **Proyección de los costos**

Para proyectar los costos se tomaron las siguientes consideraciones:

- Se estima una vida útil de 3 años para esta propuesta, periodo sobre el cual se realizará su evaluación financiera.
- La primera producción de cuyes apenas abarca el 20% de la demanda insatisfecha, por lo que el crecimiento de la misma es acelerado en los años siguientes.

**Tabla N° 56:** Costos proyectados

<b>Años</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo por unidad</b>	<b>Costos totales</b>
1	3503	7,41	25955,22
2	8757	7,41	64888,05
3	13135	7,41	97332,07

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

## **Estrategia del precio**

Las formas dominantes de comercialización son cuyes vivos sin determinar el peso ni la edad, se debe recalcar que es un alimento de consumo ocasional; tradicional, no se puede clasificarlo dentro de una demanda permanente.

La carne de cuy es una de las más caras del mercado, por lo cual su consumo se da especialmente en ocasiones especiales. Vale recalcar que es un alimento delicioso y nutritivo. Pero no a todas las personas les agrada la carne de cuy por el hecho de ser un animal con parentesco a un roedor.

## **Estrategias de Comercialización**

La ventaja de la asociación que tenemos es que sacaremos cada cierto tiempo los cuyes para la venta al mercado siendo este nuestro punto de comercialización.

En este punto del estudio de mercado se enfocará, por tanto al marketing del servicio el mismo que se utilizará con las siguientes estrategias.

1. El servicio que brindemos como asociación será constante en el mercado para que los clientes nos conozcan y a su vez asegurando más clientes fijos.
2. Repartir publicidad que obtenga información sobre los múltiples beneficios que tiene la carne de cuy; es una buena estrategia para una mayor afluencia de clientes.
3. Durante el primer año de la implementación del proyecto el margen de utilidad será mínimo, utilizando como estrategia de introducción del producto precios que estén implementados en el mercado, alta calidad y excelente servicio.

## Ingresos Proyectados

En el estudio de mercado se determinó un precio de 7 hasta 10 dólares, tomando en cuenta que el producto de Inti Cuy presenta un servicio extra como lo es la entrega a domicilio estableceremos un precio promedio de venta es decir 8.5 dólares.

Para el cálculo de las ventas utilizaremos la producción proyectada a un periodo de 5 años.

$$\text{Precio} = \text{Costo de producción} + 10\% \text{ utilidad}$$

Precio = 7.41 USD

Precio = 8.15 USD

En el mercado existe inclinación por los precios bajos sin embargo es necesario establecer un precio promedio que no implique pérdidas para la empresa ni clientes insatisfechos por tanto el precio será de 8 dólares.

Para el cálculo de los ingresos anuales se considera el precio de venta establecido y las unidades a vender esperadas.

**Tabla N° 57:** Ingresos por ventas proyectados

<b>Años</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Ingresos Totales</b>
1	3503	\$ 8,00	\$ 28.024
2	8757	\$ 8,00	\$ 70.056
3	13135	\$ 8,00	\$ 105.080

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)



**Tabla N° 58:** Flujo de caja proyectado

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>				
<b>RUBRO</b>	<b>AÑOS</b>			
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Ingresos</b>				
Ingresos por ventas		28024	70056	105080
<b>Costos</b>				
Costos de productos vendidos		14011,14	35027,84	52541,77
<b>Utilidad Bruta</b>		14011,14	35027,84	52541,77
<b>Gastos</b>				
Gastos de venta		6493,80	6493,80	6493,80
Gastos administrativos		5193,30	5193,30	5193,30
Depreciación de equipo nuevo		5833,80	5833,80	5833,80
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		<b>-3509,76</b>	<b>17506,94</b>	<b>35020,87</b>
Gastos financieros		3271,21	1984,17	697,14
<b>UTILIDA ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-6780,97</b>	<b>15522,77</b>	<b>34323,72</b>
Participación utilidades		-1017,15	2328,42	5148,56
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO RENTA</b>		<b>-5763,82</b>	<b>13194,35</b>	<b>29175,16</b>
Impuesto a la renta (25%)		-1440,96	3298,59	7293,79
<b>UTILIDAD NETA (Beneficio neto)</b>		<b>-4322,87</b>	<b>9895,77</b>	<b>21881,37</b>
Depreciación de equipo nuevo		5833,80	5833,80	5833,80
Inversión fija	-44169,00			
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>-44169,00</b>	<b>1510,93</b>	<b>15729,57</b>	<b>27715,17</b>
Préstamo	34169,00			
Amortización préstamo		8118,46	9405,49	10692,52
<b>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	<b>-10000,00</b>	<b>-6607,53</b>	<b>6324,07</b>	<b>17022,65</b>

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

En la tabla anterior se proyectan los rubros necesarios para que Inti Cuy comercialice su producto durante los 3 años de ejecución del presente proyecto.

Como se puede observar el primer año Inti Cuy tendrá un flujo de caja negativo, en los años siguientes positivos pero para interpretar de mejor manera estos datos es necesario actualizarlos y calcular otros indicadores.

## **Etapas IV**

### **6.7.5. Evaluación**

#### **Análisis de sensibilidad**

Según Cruz, Guzmán y Noboa en su trabajo (Diseño y evaluación de proyectos de inversión) manifiestan que: *“Los índices de rentabilidad son coyunturales, se refieren a los resultados generados en cada período, valores que pueden modificarse de uno a otro sin que se pueda determinar en forma apropiada un promedio de la fase operacional del proyecto. Los índices de retorno permiten visualizar el desempeño global del proyecto durante su vida útil.”*

#### **Valor actual neto**

El tiempo afecta directamente al valor del dinero, por ello, no se puede contrastar dos flujos de recursos si estos se encuentran en diferentes periodos, es necesario calcular el valor actual, el cual permitirá descontar los flujos generados de tal manera que genere una equivalencia en los flujos futuros.

$$VAN = -I_0 + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3}$$

Dónde:  $I_0$  = Inversión inicial

$F1$  = Flujo del primer periodo

$F2$  = Flujo del segundo periodo

F3 = Flujo del tercer periodo

i = tasa de descuento

**Tabla N° 59:** Valor Actual Neto

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>			
<b>Años</b>	<b>Flujo neto</b>	<b>(1+i)<sup>n</sup></b>	<b>Flujo neto actualizado</b>
0	-10000,00	1,0000	
1	-6607,53	1,1200	-5899,58
2	6324,07	1,2544	5041,51
3	17022,65	1,4049	12116,39
Subtotal			11258,32
<b>Van</b>			<b>1258,32</b>

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

El valor actual neto es de 1258.32 USD y significa que el proyecto si es viable.

### **Tasa interna de retorno**

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples en tanto, diversos autores la conceptualizan como la tasa de interés (o la tasa de descuento) con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad.

**Tabla N° 60:** Tasa interna de retorno

<b>Años</b>	<b>Flujo neto</b>
0	-10000,00
1	-6607,53
2	6324,07
3	17022,65
<b>TIR</b>	<b>16%</b>

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

### **Relación Beneficio / Costo (B/C)**

En la relación beneficio costo se compara el valor actual de los beneficios con el valor actual de la inversión.

Para el cálculo se utiliza la formula siguiente:

$$R_{B/C} = \frac{\sum F.N.A}{i_o}$$

Dónde:

$\sum$  F.N.A. = es la sumatoria de los flujos netos actualizados.

$i_0$  = es la inversión inicial.

**Tabla N° 61:** Relación beneficio costo

Años	Flujo neto	Valores descontados
0	-10000,00	
1	-6607,53	-5899,58
2	6324,07	5041,51
3	17022,65	12116,39
<b>Subtotal</b>		<b>11258,32</b>
<b>Relación Beneficio Costo</b>		<b>1,13</b>

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

En la relación del costo con el beneficio que se producirá tenemos 1.13 USD es decir que por cada dólar invertido el proyecto devengara 1.13 USD lo cual es rentable.

### **Recuperación del capital**

Es el tiempo estimado en que se recupera la inversión inicial asignada a un proyecto

**Tabla N°62:** Periodo de recuperación de la inversión

<b>Periodo de Recuperación de la Inversión</b>		
Años	Flujo neto	Flujo acumulado
0	-10000,00	-10000,00
1	-6607,53	-16607,53
2	6324,07	-10283,45
3	17022,65	6739,20

**Fuente:** Investigación

Elaborado por: Borja, Raquel (2014)

El monto invertido será recuperado en el tercer año, siendo más exactos en 2 años 7.8 meses. El proyecto es viable y factible en el periodo planteado.

## 6.8. Administración de la propuesta.

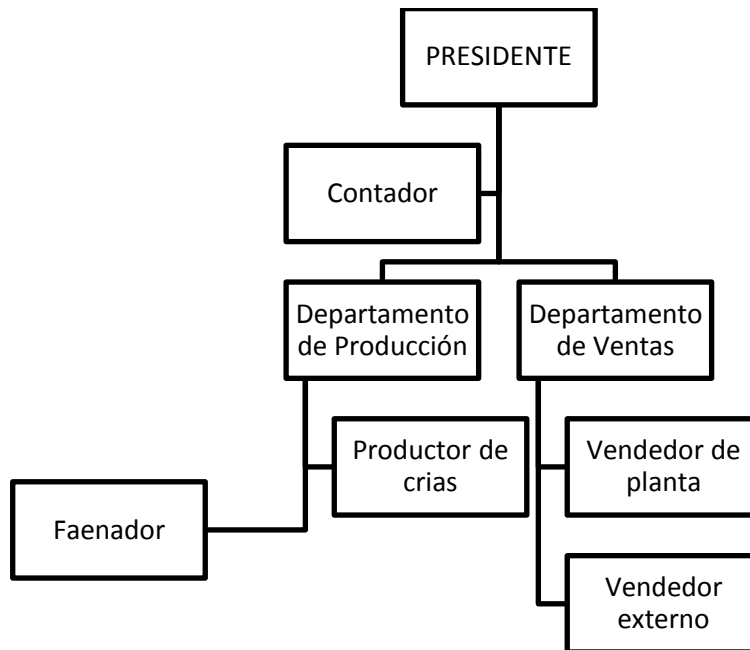


Gráfico 65. Organigrama

## 6.9. Plan de monitoreo y evaluación de la propuesta

MATRIZ	
ASPECTOS PARA EL PLAN DE EVALUACIÓN	ELEMENTOS Y/O RECURSOS TÉCNICOS EN EL PROCESO DE EVALUACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	Familias productoras de especies menores de la parroquia de Quisapincha, Barrio Condezán
¿Para qué evaluar?	Para incrementar los ingresos económicos de las familias productoras de especies menores
¿Qué evaluar?	Comercialización de cuyes en sectores estratégicos
¿Qué evalúa?	El nivel de las ventas.
¿Cuándo evaluar?	Inmediatamente cuando el centro de acopio esté listo con las adecuaciones pertinentes
¿Cómo evaluar?	Mediante un diagnóstico sobre la comercialización de especies menores.
¿Con qué evaluar?	Recurso humano Recurso financiero

Cuadro N° 5. Plan de monitoreo y evaluación de la propuesta

## Anexos

### Encuesta a los ofertantes



## UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CARRERA DE ECONOMÍA

**OBJETIVO:** Determinar el índice de producción de cuyes y los ingresos económicos de las familias productoras de crías menores en la parroquia Quisapincha, cantón Ambato, provincia de Tungurahua, república del Ecuador para mejorar los ingresos de los productores de cuyes por medio de un plan para el mejor manejo de la crianza de cuyes.

### 1.- ¿Qué tipo de cuyes produce usted?

#### Cuyes de raza

- Inglesa o Americana (.....)
- Abisinia (.....)
- Peruana o de Angora (.....)

#### Cuyes de campo

- Cuy Línea Perú (.....)
- Cuy Línea Andina (.....)
- Cuy Línea Inti (.....)
- Cuy Línea Inka (.....)

### 2.- ¿Cuántos cuyes vende semanalmente?

(.....)Cuyes

### 3.- ¿En valor promedio cuál es el precio de venta de un cuy?

(.....)Dólares

### 4.- Ud. Vende los cuyes:

- Directamente al mercado (plaza)
- Intermediarios
- Asaderos

### 5.- ¿Con qué cantidad de cuyes de engorde usted inició el proceso de crianza?

(.....)Cuyes

### 6.- En cuanto a la edad, usted compra cuyes de:

1 día

1 semana

2 semanas

Otros (.....)

### 7.- ¿Cuál es el costo unitario de los cuyes que usted compra?

(.....)Dólares

### 8.- ¿Cuál es el costo total del balanceado al terminar su proceso productivo?

(.....)Dólares

### 9.- ¿Cuál es el costo total de medicinas y vitaminas al terminar su proceso productivo?

(.....)Dólares

**10.- ¿Cuál es la presentación de venta de sus cuyes?:**

- En pie (vivos)
- Pelados
- Preparados

**11.- ¿Cuál es el costo en mano de obra hasta terminar el proceso Productivo?**  
(.....)Dólares

**12.- ¿Cuál es el ingreso por la venta de cuyes al terminar su proceso productivo?**  
(.....)Dólares

**13.- ¿Cuál es su ganancia por la venta de cuyes al terminar su proceso productivo?**  
(.....)Dólares

**16.- ¿Considera usted que sus ingresos por la producción de cuyes son altos?**

- Si (.....)
- No (.....)

**15.- ¿Cuál es el porcentaje de utilidad o ganancia que le queda de la venta de los cuyes?**

- 5% ( )
- 10% ( )
- 15% ( )
- 20% ( )
- 25% ( )
- 30% ( )
- Más del 30% ( )

**16.- ¿Considera que sus costos de producción son altos?**

- Si (.....)
- No (.....)

**17.- En términos aproximados, cuánto cuesta producir un cuy, desde el nacimiento hasta la venta?**  
(.....)Dólares

**18.- ¿Obtiene usted otras fuentes de ingresos?**

- Agricultura
- Ganadería
- Comercio
- Sueldos
- Otros

**19.- ¿Considera usted que con el mejoramiento en el manejo de la crianza de cuyes de engorde reducirán sus costos de producción?**

- Si (.....)
- No (.....)

**20.- ¿Considera usted que sus conocimientos en el manejo de la crianza de cuyes son suficientes?**

- Si (.....)
- No (.....)
- Algo (.....)

**21.- ¿La capacidad productiva de la empresa está siendo ocupada en su totalidad?**

- Si (.....)
- No (.....)

**22.- ¿Considera usted que los resultados económicos obtenidos por el negocio satisfacen las necesidades de la familia?**



- Si (.....)
- No (.....)

**23.- ¿Cree usted que satisface los requerimientos de los clientes con los servicios que presta su negocio?**

- Si (.....)
- No (.....)

**24.- ¿En el hogar cuantos ayudan al ingreso familiar?**

- 2 personas ( )
- 3 personas ( )
- 4 personas ( )
- 5 personas ( )
- Más de 6 ( )

**25.- ¿Considera que los ingresos por ventas de sus productos agrícolas han incrementado en el periodo 2011-2012?**

- Si (.....)
- No (.....)
- Algo (.....)

**26.- ¿Estaría de acuerdo en la creación de una asociación dedicado a la comercialización de los productos agrícola del sector, que permita mejorar sus ingresos económicos?**

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

**27.- ¿En que gasta la mayor parte de sus ingresos? (escoja 3)**

- Educación
- Salud
- Vestido
- Vivienda
- Alimentación
- Recreación

**28.- ¿Con su ingreso tienen capacidad de ahorro?**

- Si (.....)
- No (.....)

**29.- ¿Tiene capacidad de crédito?**

- Si (.....)
- No (.....)

Encuesta a los demandantes



**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA  
CARRERA DE ECONOMÍA**

<b>N° Preguntas</b>	<b>Opciones de respuesta</b>
<b>Informativas</b>	
<b>1 Edad</b>	
<b>2 Sexo</b>	
	1 Hombre
	2 Mujer
<b>Estudio de mercado</b>	
<b>3 ¿Consume la carne de Cuy?</b>	
	1 Si
	2 No
<b>4 ¿Con que frecuencia consume carne de cuy?</b>	
	1 1 vez al mes
	2 1 o 2 veces al mes
	3 Todos las semanas
	4 Varias veces por semana
<b>5 ¿Qué características le gustan de la carne de cuy?</b>	
	1 Que sea crocante.
	2 Que sea blanda.
	3 Que sea saludable.
	4 Que aporte nutrientes.
	5 Que sacie el hambre.
	6 Que pueda constituir una alternativa nutritiva como almuerzo
	7 Otros
<b>6 ¿En que lugar ha consumido algún platillo con cuy?</b>	
	1 Ficoa
	2 Atahualpa
	3 Quisapincha
	4 Mercado
	5 Otros
<b>7 ¿Prefiere comprar el cuy listo para servirse o para preparar en la casa?</b>	
	1 Servirse
	2 Preparar
<b>8 ¿Quién realiza las compras normalmente en su casa?</b>	
	1 Mamá
	2 Papá
	3 Hijos
	4 Todos
<b>9 ¿Cuánto es lo máximo que pagaría por un plato de cuy ?</b>	

- 1 3,5
- 2 4
- 3 4,5
- 4 5
- 5 5,5

**10 ¿En qué lugares compraría cuy para preparar?**

- 1 Supermercado
- 2 Tienda
- 3 Mercado
- 4 Otros

**11 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cuy entero faenado?**

- 1 7
- 2 8
- 3 9
- 4 10

**12 ¿Cuál de los siguientes factores influyen a la hora de comprar cuyes?**

- 1 Ubicación de proveedor
- 2 Precio
- 3 Raza
- 4 Tamaño

## Bibliografía

- Alpapucho Pilahuisín, L. M. (2010). *LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y NIVELES DE INGRESOS EN LAS FAMILIAS DE LA COMUNIDAD DE CALGUASIG GRANDE EN EL PERIODO 2008-2010*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional.
- Baca Urbina , G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. DF. MEXICO: Mc. GRAW HILL.
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de proyectos*. DF MEXICO: Mc. GRAW HILL.
- Bejarano, J. (1998). *Economía de la Agricultura*.
- Bejarano, J. A. (1997). *Economía de la Agricultura*. Bogotá: IICA.
- Betancurth, L. E. (2010). *COSTOS DE PRODUCCION AVICOLA DE LOS CASERÍOS TERREMOTO Y SANTA CRUZ DE LA PARROQUIA PICAIHUA Y SU INCIDENCIA EN LOS NIVELES DE INGRESOS EN EL AÑO 2010*". Ambato: Universidad Tecnica de Amabto.
- Bustamannte, J. (2007). *Plan de comercializacion de hamacas en Holanda*. Medellín: Fundacion universitaria María Cano.
- Camacaro , E., & Varón , F. (1998). *Estudio Económico Financiero y la Inversión*. Guayana: Venezuela.
- Castaño, R. A. (2000). *Ideas Económicas Mínimas*. (E. EDICIONES, Ed.) Colombia: primera edición.
- CEPAL. (2004).
- Chang Armijos, S., & Verdezoto, A. (2005). *Analisis de la Cadena Agro-Industrial, Maíz, Soya y Balanceado como materias primas para la Producción Avícola y su Comercialización*. Guayaquil: Escuela Politecnica del Litoral.
- Chauca de Zaldivar, L. (s.f.). *Sistemas de producción familiar*. La Molina, Perú: Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (INIAA-CIID).

- Chiriboga, M. (2004). *Diagnóstico de la comercialización agropecuaria en el Ecuador*. Quito.
- Chiriboga, M. (2004). *Mercados, Mercadeo y Economías Campesinas*.
- Chiriboga, M. (2004). *Mercados, Mercadeo y Economías Campesinas*. Ecuador: RIMISP - Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- CONSTITUYENTE, A. (2008). *CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR*. MONTECRISTI.
- CONTABLE, C. N. (2014). *CLASIFICACION ECONOMICA DE LOS INGRESOS, DE LOS GASTOS Y DEL FINANCIAMIENTO DE LOS ENTES PUBLICOS*. DISTRITO FEDERAL.
- Costales, B. (1996). *Diseño y Evaluación de Proyectos*. Tomson.
- Crespo, C. (2003). *"Estudio y plan de mercadotecnia para la comercialización de motos populares en la ciudad de Quito y sus valles aledaños"*. Quito: Universidad Técnica Equinoccial.
- Cruz, L., Guzman, O., & Noboa, P. (2002). *Diseño y evaluación de proyectos de inversión*. Quito : Corporación Financiera Nacional.
- derec, M. d. (2013). *Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador*. Recuperado el 10 de 08 de 2013, de <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/>
- Elizabeth, G. (2010). *"COSTOS DE PRODUCCION AVICOLA DE LOS CASERÍOS TERREMOTO Y SANTA CRUZ DE LA PARROQUIA PICAIHUA Y SU INCIDENCIA EN LOS NIVELES DE INGRESOS EN EL AÑO 2010"*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Emprendices. (Enero de 2014). *Comunidad de Emprendedores*. Obtenido de <http://www.emprendices.co/plan-de-comercializacion/>
- Facultad Regional Bahía Blanca. (23 de 11 de 2012). *Universidad Tecnológica Nacional*. Obtenido de Biblioteca Virtual: [http://www.frbb.utn.edu.ar/carreras/materias/ing\\_soc\\_gerico/investigacion\\_cientifica.pdf](http://www.frbb.utn.edu.ar/carreras/materias/ing_soc_gerico/investigacion_cientifica.pdf)
- FREIRE ORTIZ, A. F. (2007). *"Producción de artículos de cuero en la Parroquia Picaihua y el nivel de ingresos de sus productores durante el período 2007-2010"*. AMBATO: UTA.

- Freire Rubio, M. &. (2006). *Prácticas y conceptos Básicos de Microeconomía*. (ESIC, Ed.) Madrid, España: segunda edición .
- García Ferrado, M., Ibáñez, J., & Alvira, F. (2007). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- GERENCIE. (ENERO de 2015). *GERENCIE.COM*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>
- Gonzaga Betancurth, L. E. (2010). *COSTOS DE PRODUCCION AVICOLA DE LOS CASERÍOS TERREMOTO Y SANTA CRUZ DE LA PARROQUIA PICAIHUA Y SU INCIDENCIA EN LOS NIVELES DE INGRESOS EN EL AÑO 2010*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Gonzaga, E. (2010). "COSTOS DE PRODUCCION AVICOLA DE LOS CASERÍOS TERREMOTO Y SANTA CRUZ DE LA PARROQUIA PICAIHUA Y SU INCIDENCIA EN LOS NIVELES DE INGRESOS EN EL AÑO 2010". Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Guerrien, B. (1998). *La Microeconomía*. (F. d. Económicas, Ed.) Medellín, Colombia.
- Hernández Sampieri, R. (1991). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGrawHill Interamericana de México S.A.
- Hernandez Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación Cuarta Edición*. México DF: McGraw\_Hill Interamericana.
- HIDALGO CAPITÁN , A. (1998). *EL PENSAMIENTO ECONOMICO SEBRE EL DESARROLLO*. ESPAÑA: PNUD.
- Jerez, E. (2012). Plan de comercialización para microempresas . En J. Eduardo, *Fundación Solidaria Trabajo para un Hermano* (págs. 1-3). Fundación Peñasol.
- Lalama, G. (2004). *Mejoramiento de los procesos de Producción en la Fábrica de Hormas López*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Larroulet, & Mochon. (1999). *Economía*. (M. G. HILL, Ed.) Chile: primera edición.
- Larroulet, C., & Mochón, F. (1999). *Economía*. (M. G. HILL, Ed.) Chile: primera edición.

- Lawrence, G. (2005). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: Harla S.A.
- LOPEZ, C. (Abril de 2001). SEGMENTACIÓN, POSICIONAMIENTO, MARCAS. VALENCIA, ESPAÑA.
- López, L. R. (1992). *Evaluación de tres niveles de material Ruminal en Raciones para pollos de Engorde*. Universidad Técnica de Ambato.
- Mario, B. (2010). *Economía Política*. Montevideo, Uruguay.
- Masaki, S. (2010). *Economía para Dummies* (Primera ed.). España: Grupo Planeta.
- Mena Hidalgo, M. S. (2006). *Implantación de un sistema de Calidad aplicada a los procesos de Producción y Ventas de Granja*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Méndez, M. (2010). <http://www.monografias.com>.
- MUÑIZ , R. (2004). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. MADRID: QUINTA EDICIÓN.
- Nordhaus, S. (2005). *Economía*. (M. G. Hill, Ed.) Mexico.
- OLAVARRIETA DE LA TORRE, J. (1999). *CONCEPTOS GENERALES DE PRODUCTIVIDAD, SISTEMAS, NORMALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA*. UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA.
- Olea, F. (2001). *Manual de técnicas de investigación para la enseñanza media*. México D.F: Esfinge.
- OSEJOS, P. (2009). *PLAN DE MANEJO AMBIENTAL PARA LA EMPRESAL.P. MARCELO PACHECO CIA. LTDA. AVICOLA LA PRADERA*. QUITO.
- Pacifico, U. d. (01 de Enero de 2013). *Ministerio de la Producción*. Obtenido de Crianza de cuyes: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/crea-tu-empresa/ficha-extendida-04-crianza-de-cuyes.pdf>
- Parkin, M. (1998). *Macroeconomía*. (P. EDUCACION, Ed.) Mexico: segunda edición.
- Pérez, C. (2008). *google*.

- PÉREZ, M. S. (2007). "LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN DE MORA Y EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS AGRICULTORES DE LA PARROQUIA CONSTANTINO FERNÁNDEZ CANTON AMABTO". AMBATO: UTA.
- Pilco, M. V. (2011). "Plan de comercialización de la producción industrial y su incidencia en la rentabilidad del taller de mecánica industrial González Suárez". Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Robles, M. (1999). *Consultor del Programa para el Mejoramiento de las Encuestas y la Medición de las Condiciones de Vida en America Latina y el Caribe*. (MECOVI, Ed.) Paraguay.
- Rocío, N. S. (2011). ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE GRANJA AVÍCOLA LA FLORIDA, DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DE 2011. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- ROMO PAREDES, H. Z. (2007). "INCIDENCIA DE LA IMPLEMENTACION DE CONVENIOS DE COOPERACION AGROPECUARIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS GANADEROS DEL AREA DE INFLUENCIA DE LA PRESA MULA-CORRAL DE LA PARROQUIA PILAHUIN DEL CANTON AMBATO . AMBATO: UTA.
- SABADO, J. T. (2009). *FUNDAMENTOS DE BIOESTADISTICA Y ANALISIS DE DATOS*. BARCELONA: SERVEI DE PUBLICACIONS.
- Sabino, C. (1992). *El Proceso de la Investigación*. Caracas: Panapo.
- TAmayo, M. (2001). *El Proceso de la Investigación científica*. México D.F: Limusa.
- Thompson, I. (09 de 2005). *Promonegocios*. Obtenido de [http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia\\_proceso.htm](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia_proceso.htm)
- Tremblay, G., & Giroux, S. (2004). *Metodología de las ciencias humanas*. México D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Unidas, O. d. (1958). *Comercialización*. Roma: Organización de Naciones Unidas.
- Zapata Sánchez, P. (2007). *Contabilidad de Costos*. cuarta edición.



Zapata, P. (2008). *Contabilidad General*. sexta edición.

Zeballos, & Rosales. (2005). *Costos de Producción de Pollos Parrilleros en clima Subtropical*. Bolivia: Universidad Autónoma Gabriel Rene Moreno.