



**Facultad de Ciencias de la Administración**

**Carrera de Administración de Empresas**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
INSTALACIÓN DE UN CRIADERO DE CUYES EN  
LA PARROQUIA DE JADÁN**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado  
en Licenciado en Administración de Empresas**

**Autor:**

Miguel Javier Armijos Castillo

**Director:**

Ing. Juan Manuel Maldonado Matute

**Cuenca – Ecuador**

**2025**

## **Dedicatoria**

Quiero dedicar esta tesis a mi mamá, papá, hermano, esposa y abuelos. Quienes son un pilar fundamental en mi vida, ya que no solamente me han apoyado en el estudio, sino que también en el deporte. Agradecerles por siempre impulsarme a ser mejor y sobre todo a ser un soporte emocional en momentos de adversidad.

## **Agradecimiento**

En primera instancia quiero agradecer a Dios por permitirme graduar de mi carrera, agradecerle a mi madre Laly quien siempre estuvo pendiente con mi estudio, a mi padre Esteban que me apoyó en mis decisiones, a mi hermano Diego que es un ejemplo de lucha, a mi esposa Karelys que siempre está pendiente de mi, agradecerles a mis amigos Iván, Juan Pablo, Daniel, Francisco, quienes siempre me apoyaron en el deporte y estudio.

## Índice de Contenidos

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Índice de Contenidos.....	iii
Índice de Figuras.....	viii
Índice de Tablas.....	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
Capítulo 1.....	2
1. MARCO TEÓRICO.....	2
1.1. Historia y Tradición.....	2
1.2. Viabilidad del Proyecto.....	2
1.3. Formulación, Evaluación y Gestión de un Proyecto.....	3
1.4. Modelo de negocio.....	4
1.5. Fuerzas De Porter.....	5
1.5.1. Rivalidad con Competidores.....	5
1.5.2. Amenazas de Nuevos Participantes.....	6
1.5.3. Poder de Negociación Proveedores.....	8

1.5.4.	Poder de Negociación Compradores .....	8
1.5.5.	Productos o Servicios Sustitutos .....	9
1.6.	Análisis PESTEL .....	9
1.6.1.	Político.....	9
1.6.2.	Económico .....	10
1.6.3.	Social .....	11
1.6.4.	Tecnológico .....	12
1.6.5.	Ecológico .....	12
1.6.6.	Legal.....	13
1.7.	Mercado Meta.....	13
1.7.1.	Ventajas Competitivas.....	14
	Tecnologías y Mejora Genética.....	14
	Producción Sostenible y Agroecológica .....	14
1.7.2.	Ventajas Comparativas.....	15
	Disponibilidad De Recursos Alimenticios Locales .....	15
Capítulo 2.....		16
2. ESTUDIO DE MERCADO .....		16
2.1.	Definición del Producto .....	16
2.1.1.	Clasificación del Cuy .....	16

2.1.2.	Clasificación del Cuy Según el Tipo.....	17
2.1.3.	Clasificación por la Forma del Cuerpo.....	19
2.1.4.	Clasificación por Coloración del Pelaje .....	20
2.1.5.	Clasificación por el Color de Ojos .....	21
2.1.6.	Clasificación por el Numero de Dedos.....	22
2.1.7.	Variedad de Cuyes .....	23
2.2.	Demanda.....	24
2.2.1.	Clasificación de La Demanda .....	25
2.2.2.	Levantamiento de Datos de la Demanda .....	25
2.3.	Oferta.....	30
2.3.1.	Análisis y Proyección de la Oferta.....	30
2.4.	Importaciones y Exportaciones.....	30
2.5.	Demanda Potencial Insatisfecha .....	31
2.6.	Precio de Venta.....	31
2.7.	Comercialización .....	31
Capitulo 3.....		33
3.	ESTUDIO TECNICO .....	33
3.1.	Capacidad Óptima.....	33
3.2.	Instalaciones .....	33

3.2.1.	Ubicación del Proyecto.....	33
3.3.	Implementación de crianza.....	35
3.4.	Equipos y Herramientas .....	36
3.5.	Suministros .....	37
3.6.	Mano de Obra .....	37
3.7.	Localización Adecuada .....	38
3.8.	Ingeniería del Proyecto.....	38
	Terreno.....	38
3.9.	Proceso de Producción .....	38
3.10.	Áreas de la Empresa.....	39
3.11.	Distribución interna (Layout) .....	39
3.12.	Estructura Organizacional .....	40
	Área Técnica .....	40
	Área Financiera .....	40
	Área Comercial.....	40
3.13.	Marco legal y Factores Legales Relevantes .....	41
	Estructura jurídica.....	41
	Nombre de la empresa .....	41
	Documentos legales para construir la empresa .....	41

Capítulo 4.....	44
4. Estudio Financiero.....	44
4.1. Proyección de Producto Faenado.....	44
4.2. Ventas mensuales.....	44
4.3. Costos.....	45
4.4. Análisis Financiero.....	46
4.5. Proyectos de ventas a 5 años.....	46
4.6. Proyección de costos.....	46
4.7. Proyección Salarial.....	47
4.8. Estado de Resultados.....	48
4.9. Valor Actual Neto (VAN).....	49
4.10. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	49
CONCLUSIONES.....	50
RECOMENDACIONES.....	51
Bibliografía.....	52

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> Propuesta de Valor .....	4
<b>Figura 2</b> Modelo de Negocios.....	5
<b>Figura 3</b> PIB total y agrícola (en dólares) y su variación (porcentual) .....	11
<b>Figura 4</b> Cuy tipo 1.....	17
<b>Figura 5</b> Cuy tipo 2.....	18
<b>Figura 6</b> Cuy tipo 3.....	18
<b>Figura 7</b> Cuy tipo 4.....	19
<b>Figura 8</b> Cuy tipo A.....	19
<b>Figura 9</b> Cuy tipo B .....	20
<b>Figura 10</b> Cuy marrón con blanco.....	20
<b>Figura 11</b> Cuy de tres colores(negro, marrón y blanco).....	21
<b>Figura 12</b> Cuy de ojos negros .....	22
<b>Figura 13</b> Cuy de ojos rojos .....	22
<b>Figura 14</b> Cuy no polidactil .....	23
<b>Figura 15</b> Cuy polidactirl.....	23
<b>Figura 16</b> Cuy criollo .....	24
<b>Figura 17</b> Cuy mejorado .....	24
<b>Figura 18</b> Tipo de producto .....	26
<b>Figura 19</b> Cantidad semanal .....	26

<b>Figura 20</b> Precio razonable de compra .....	27
<b>Figura 21</b> Precio razonable de consumo.....	27
<b>Figura 22</b> Característica principales .....	28
<b>Figura 23</b> Adquisición del producto.....	28
<b>Figura 24</b> Entrega del producto.....	29
<b>Figura 25</b> Cambio de proveedor.....	29
<b>Figura 26</b> Cambiar de proveedor.....	30
<b>Figura 27</b> Ubicación del Galpón .....	34

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Oferta, demanda y demanda insatisfecha de cuyes en las principales provincias productoras de Ecuador .....	6
<b>Tabla 2</b> Comparaciones, empresas y asociaciones dedicadas a la comercialización de cuy en Ecuador .....	7
<b>Tabla 3</b> Políticas agrícolas ecuatorianas (2020-2030) .....	10
<b>Tabla 4</b> Implementación de crianza.....	36
<b>Tabla 5</b> Implementación de equipos y herramientas .....	36
<b>Tabla 6</b> Implementación de alimentación.....	37
<b>Tabla 7</b> Mano de Obra .....	37
<b>Tabla 8</b> Ingeniería del Proyecto .....	38
<b>Tabla 9</b> Distribución de las áreas de la empresa .....	39
<b>Tabla 10</b> Proyección de cuyes.....	44
<b>Tabla 11</b> Proyección de Ventas.....	44
<b>Tabla 12</b> Proyección de costos .....	45
<b>Tabla 13</b> Ventas Futuras (2025-2029).....	46
<b>Tabla 14</b> Consumo estimado mensual de alimentación (2025-2029) .....	47
<b>Tabla 15</b> Precio estimado mensual de alimentación (2025-2029) .....	47
<b>Tabla 16</b> Tabla Incremento Salarial años 2025-2029.....	48
<b>Tabla 17</b> Tabla Estado de resultados (2025-2029).....	48

**Tabla 18** Indicadores Financieros años 2025-2029 ..... 49

## RESUMEN

Esta investigación examina la factibilidad de establecer un criadero de cuyes en la parroquia de Jadán, Cuenca - Azuay. Considerando estudios de mercado, técnicos y financieros. El actual incremento existencial en la demanda de cuyes en la región andina, ya sea para consumo personal, restaurantes o eventos tradicionales, avalan la evaluación del proyecto. Se analizan los recursos existentes, gastos de infraestructura y prácticas sustentables para asegurar el funcionamiento eficaz del proyecto. Además, el proyecto tiene como objetivo generar puestos de trabajo e impulsar la economía local. El criadero constituye una oportunidad estratégica para incrementar la calidad de vida en la parroquia de Jadán a través de un modelo de producción sustentable.

**Palabras clave:** criadero, cuyes, estudio de factibilidad, estudio económico, estudio financiero.

## ABSTRACT

This research examines the feasibility of establishing a guinea pig farm in the parish of Jadán, Cuenca - Azuay. Considering market, technical and financial studies. The current existential increase in the demand for guinea pigs in the Andean region, whether for personal consumption, restaurants or traditional events, supports the asset of the project. Existing resources, infrastructure costs and sustainable practices are analyzed to ensure the effective operation of the project. In addition, the project aims to generate jobs and boost the local economy. The hatchery constitutes a strategic opportunity to increase the quality of life in the parish of Jadan through a sustainable production model.

**Key words:** guinea pig, farm, feasibility study, economic study, financial study



# INTRODUCCIÓN

El objetivo de este estudio de factibilidad es evaluar la factibilidad técnica, económica, financiera, para establecer un criadero de cuyes en la parroquia de Jadán. Este proyecto tiene como objetivo utilizar las condiciones propias de la región, ya sean climáticas o culturales, para de esta manera promover la producción sostenible de cuyes.

Mediante este estudio se valorarán elementos esenciales, como la demanda y la oferta del mercado, estudios técnicos, estudios financieros, la inversión inicial, los gastos operacionales, los posibles ingresos y el efecto de crecimiento del proyecto. A la misma vez se tomarán en cuenta las regulaciones pertinentes, mejores prácticas para asegurar una gestión ética y eficaz de los recursos.

Este proyecto pretende aportar a la economía, incentivar la actividad empresarial rural y promover técnicas de producción amigables con el ecosistema, generando un efecto positivo en la calidad de vida.

# CAPÍTULO 1

## 1. MARCO TEÓRICO

El marco teórico cumple, función de ser eje integrador de todo el proceso de investigación, sin el marco teórico no tiene sentido el problema ni se puede proceder a elaborar un diseño metodológico con el cual probar una hipótesis (Daros, 2002). En este capítulo se sentarán algunos conceptos teóricos y antecedentes que ayudarán a un mejor desarrollo de este trabajo.

### 1.1. Historia y Tradición

Según diversos testimonios históricos y estudios basados en la conquista española y periodos posteriores, se ha comprobado que los indígenas ecuatorianos, especialmente los de la región andina, criaban cuyes en grandes cantidades, considerándolos un manjar dentro de su dieta. En Ecuador, el cuy ha sido un elemento fundamental en los rituales religiosos domésticos, utilizándose como ofrenda para agradecer a la deidad familiar por los favores recibidos o para expiar alguna falta. A esta entidad se le conocía como “CUNCHUR”.

La carne de cuy destaca por su alto valor proteico y su bajo contenido graso en comparación con otros tipos de carne, lo que ha impulsado su demanda en el mercado gastronómico tanto nacional como internacional, donde es apreciada como un plato exótico. Además, es una excelente fuente de vitaminas y minerales esenciales para la salud. Más allá de su valor nutricional, el cuy posee un significado ancestral, ya que ha sido un alimento básico para las poblaciones andinas desde tiempos inmemoriales. Su consumo se ha extendido por varios países de América del Sur, destacando Ecuador como uno de los principales productores y consumidores en la actualidad.

### 1.2. Viabilidad del Proyecto

El estudio de factibilidad abarca todas aquellas cuestiones que tienen que ver con la realización esencial de un proyecto en cuanto a sus puntos básicos, operativos, técnicos y económicos. (JORGE, s. f.)

Según Izar (2016), por viabilidad se entiende la posibilidad de desarrollar un negocio, frecuentemente hace referencia a un proyecto en el cual se menciona la factibilidad económica o la viabilidad de este. Sin embargo, el término viabilidad abarca aspectos diferentes al financiero como:

- **Viabilidad de mercado:** Consiste en el análisis para determinar si un producto o servicio tiene potencial de éxito dentro de un mercado específico.
- **Viabilidad técnica:** Evalúa si el proyecto puede desarrollarse desde un punto de vista físico y material, considerando la disponibilidad de maquinaria, equipo y tecnología necesarias para su ejecución.
- **Viabilidad legal:** Analiza los aspectos normativos y jurídicos que influyen en la instalación y operación del negocio, asegurando su cumplimiento con las regulaciones vigentes.
- **Viabilidad financiera o económica:** Examina la rentabilidad del proyecto mediante la aplicación de criterios financieros y económicos, determinando su viabilidad desde el punto de vista de la inversión.
- **Viabilidad social:** Identifica los beneficios que el negocio puede generar para los inversionistas, empleados, la comunidad y el país en general.
- **Viabilidad ambiental:** Dado el impacto ecológico que pueden generar las actividades empresariales, las instituciones gubernamentales han establecido normativas para minimizar los efectos negativos sobre el medio ambiente (Izar, 2016).

En conclusión, antes de emprender un proyecto, es fundamental evaluar su viabilidad en todas sus dimensiones. Esto permite identificar los factores clave que determinarán su rentabilidad y éxito. La planificación adecuada, respaldada por un análisis detallado, es esencial para asegurar la sostenibilidad del negocio antes de su implementación en el entorno real (p.20).

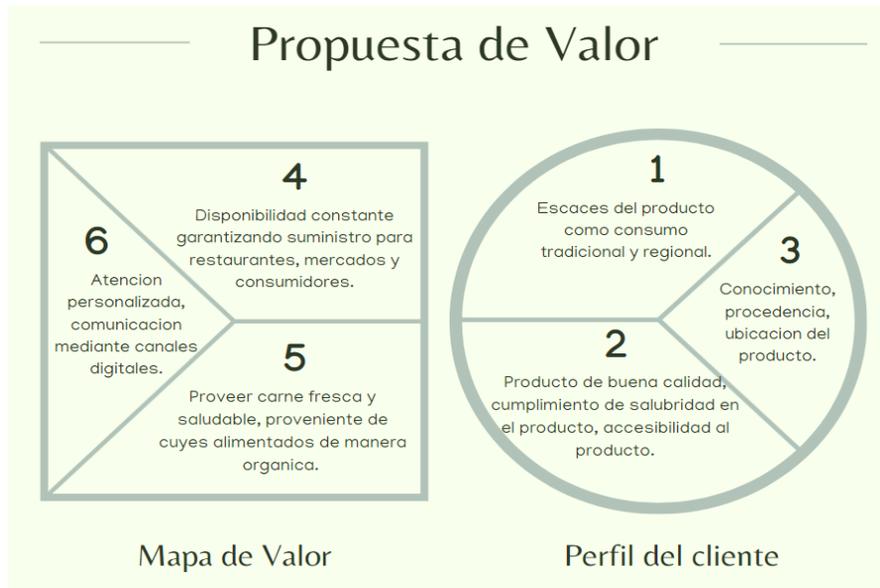
### **1.3. Formulación, Evaluación y Gestión de un Proyecto**

El lienzo de la propuesta de valor es un método de representación visual que se compone de tres partes: el perfil del cliente, donde se describen las características de un determinado grupo de personas, y el mapa de valor, donde se especifica cómo se pretende crear valor para ese determinado segmento de clientes (Osterwalder et al., 2015).

En el lienzo de la Figura 1 se presentan los factores claves que se incluyen en esta herramienta; 1. Frustraciones, 2. Deseos y 3. Tareas, factores que se posicionan dentro del perfil del cliente. Mientras que en el mapa de valor se presentan los siguientes factores claves; 4. Aliviadores, 5. Satisfactores y 6. Propuesta de valor.

**Figura 1**

*Mapa de propuesta de Valor*



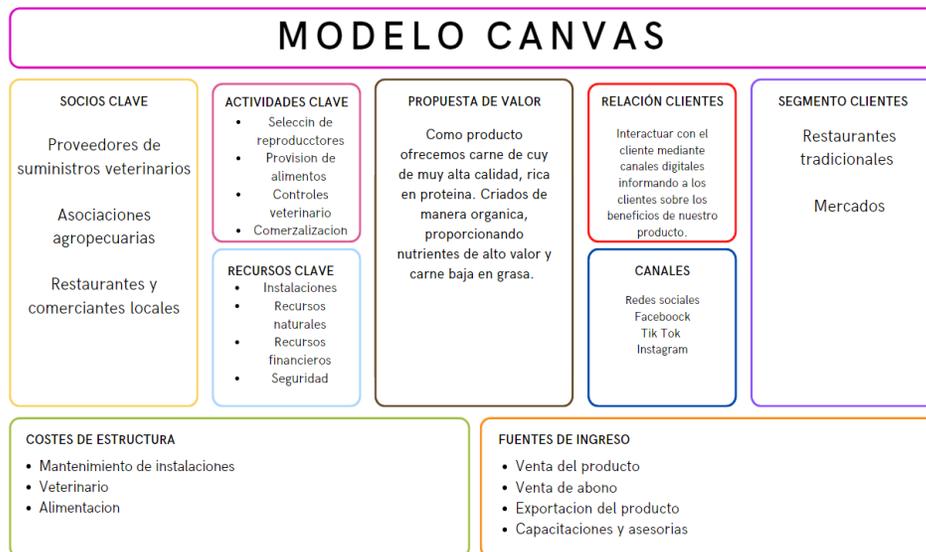
## 1.4. Modelo de negocio

Según el autor García (2023), se utiliza como una herramienta sencilla y práctica que le permite a un emprendedor determinar los elementos esenciales que debe tener presente para desarrollar su idea de negocio.

Este lienzo está compuesto por nueve bloques los cuales ayudan a resumir el modelo de negocios del proyecto, en el que se describe cada propuesta de valor, socios claves, actividades clave, recursos clave, relación clientes, canales, segmentos clientes, costes de estructura, fuentes de ingreso.

**Figura 2**

*Modelo de Negocios*



## 1.5. Fuerzas De Porter

Las cinco fuerzas de Porter ayudan a encontrar las fortalezas y amenazas existentes en un determinado mercado con el fin de tomar las decisiones correctas y lograr la sostenibilidad en una empresa (Espinoza y Espinoza, 2020). El marco de las cinco fuerzas de Porter se basa en la percepción de que una estrategia organizacional debe encontrar las oportunidades y amenazas en el entorno externo de la organización, como la rivalidad con competidores existentes, amenaza de nuevos participantes, poder de negociación proveedores y compradores, productos y servicios sustitutos (Bruijl, 2018; Espinoza y Espinoza, 2020).

### 1.5.1. Rivalidad con Competidores

Según Silva (2021) en las provincias de la región Andina (Azuay, Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi, Loja, Pichincha, Imbabura y Carchi) con mayor producción de cuyes, se efectuaron estudios de factibilidad económica aplicando encuestas a los productores, para comprobar la oferta, demanda y demanda de mercado insatisfecho. En la Tabla 1 se muestran los resultados de la oferta, demanda y demanda insatisfecha en las principales provincias productoras de cuyes en Ecuador.

**Tabla 1**

*Oferta, demanda y demanda insatisfecha de cuyes en las principales provincias productoras de Ecuador*

<b>Provincias</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Referencias</b>
Azuay	313.346	860.000	546.654	(Tapia 2018)
Tungurahua	640.837	811.473	170.637	(Tisalema 2017)
Chimborazo	191.352	251.949	60.597	(Tipan y Cando 2017)
Cotopaxi	252.204	664.250	412.046	(Mena 2017)
Loja	14.820	138.171	123.351	(Sanchez 2015)

En base al análisis, la demanda cárnica del cuy, se encuentra en crecimiento, lo cual permite que existan espacios para que varios productores coexistan en el mercado de crianza y venta de carne de cuy, para que de esta manera se pueda cubrir la demanda insatisfecha de consumo de carne de cuy en las principales provincias consumidoras del Ecuador. El análisis muestra que hay una demanda insatisfecha que podría ser cubierta por productores, ya sean individuales o asociados, lo que generaría ingresos para mejorar la calidad de vida de las familias rurales y promover el bienestar y la soberanía alimentaria. Lo que indica que hay una alta rivalidad para cubrir dicha demanda insatisfecha.

### **1.5.2. Amenazas de Nuevos Participantes**

Según lo menciona Silva (2021) refiriéndose a la producción de cuyes en el país se tiene:

... la producción de cuyes en la sierra ecuatoriana es una de las mayores a nivel nacional, siendo Azuay una de las provincias con mayor número de animales (1'044.487), seguido por Tungurahua con (957.221), Chimborazo (812.943), Cotopaxi (498.178), Loja (342.243), Cañar (291.662), Bolívar (274.829), Pichincha (266.107), Imbabura (212.158) y Carchi con (104.786) sumando un total de (4'804.614 de cuyes).

Existen corporaciones, empresas y asociaciones que se dedican a la explotación y comercialización de cuyes en Ecuador, estas se encuentran distribuidas en varias provincias del país, entre las más destacadas se incluyen:

**Tabla 2***Comparaciones, empresas y asociaciones dedicadas a la comercialización de cuy en Ecuador*

<b>Corporación/Empresa/Asociación</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Número de socios</b>	<b>Producción de animales/año</b>	<b>Formas de distribución</b>	<b>Referencias</b>
Asociación “Mr. Cuy	Comunidad Papahurco, cantón Salcedo, Cotopaxi	30 socios	60.000	Cuyes vivos y faenados	(Maizancho 2017)
Empresa Urkuagro Uasak S.A – Cuyera Andina	Parroquia San Blas, antón Urcuquí, Imbabura	Propietario	26.000	Cuyes vivos y faenados	(Díaz 2018)
Empresa “Rey Cuy”	Cantón Cevallos, Tungurahua	Propietario	2.604	Cuyes vivos, faenado y empacado al vacío	(Porras 2017)
Asociación “Sembrando Esperanzas para el Buen Vivir”	Parroquia Remigio Crespo Toral, cantón Gualaceo, Azuay	19 socios	3.600	Cuyes vivos y faenados	(Tapia 2018)
Corporación de Productores Cuyícolas “Señor Cuy”	Cantón Riobamba, Chimborazo	1.600 familias	166.800	Cuyes Faenados	(Larrea 2016)
Asociación “Copracuy”	Parroquia Santa Lucía, cantón Tisaleo, Tungurahua	20 socios	21.504	Cuyes vivos, faenados empacados al vacío	(Meza 2017)
Asociación de Productores Agua Santa “Súper Cuy”	Parroquia Cevallos, cantón Cevallos, Tungurahua	15 socios	2.400	Cuyes vivos y faenados	(Meza 2017)
Asociación de Productores Alternativos Esfuerzo Olímpico	Parroquia Tisaleo, cantón Tisaleo, Tungurahua	21 socios	17.136	Cuyes vivos y faenados	(Tisalema 2017)
Asociación ASOPROSANCLE “Rico Cuy”	Parroquia Cubijíes, cantón Riobamba, Chimborazo	20 socios	14.371	Cuyes vivos y faenados	(Paguay 2019)
Asociación de Productores Agropecuarios Míster Cuy Ascázubi	Parroquia Ascázubi, cantón Cayambe, Pichincha	16 socios	11.040	Cuyes vivos y faenados	(Puma 2015)
Asociación de Productores Agrícolas San	Parroquia San Bartolomé de Pinllo, cantón	37 socios	3.000	Cuyes vivos	(Ojeda 2017)

Nota. Obtenido de Silva (2021)

Tomando en cuenta la producción de cuyes en las regiones sierra, Azuay posee una mayor demanda lo que permite que existe una baja amenaza de nuevos entrantes ya que este tipo de negocio requiere de una inversión inicial fuerte, infraestructura para la crianza, manejo y conocimientos del cuy, y accesibilidad a canales de distribución.

### **1.5.3. Poder de Negociación Proveedores**

El poder de negociación de los proveedores es limitado, dado que en el mercado hay una amplia variedad de proveedores de insumos clave, como alimentos, servicios veterinarios e infraestructura para criaderos. Esta diversidad reduce significativamente su capacidad de imponer condiciones. Además, algunos criaderos producen parte de su propio alimento, lo que disminuye aún más la dependencia de los proveedores y reduce su influencia en el proceso de negociación, por lo tanto, el poder de negociación con proveedores es alta.

### **1.5.4. Poder de Negociación Compradores**

El precio del cuy en pie, pelado, empacado o asado depende de aspectos muy importantes como la edad, peso y calidad (Burbano 2015; Paspuezán 2019). Meza (2017) manifiesta que los diferentes precios de venta del cuy vivo fluctúan entre 5 y 12 dólares; el precio del cuy faenado se encuentra entre 12 y 18 dólares; y el cuy asado de 10 hasta los 20 dólares. En otro estudio, Zevallos (2019) manifiesta que el precio de los animales se fija según el peso, los costos del cuy pelado entero empacado de 1.300 a 1.500 g cuestan 15 dólares. Tipán y Cando (2017) afirman que los precios deben ser competitivos tomando en cuenta siempre la calidad, y se pueden manejar precios de 9 a 10,50 dólares para cuyes en pie y 12,50 para cuyes faenados.

Los precios del cuy varían de acuerdo a las necesidades del consumidor, por lo que sus precios fluctúan de entre 5 a 20 dólares a la venta, sin embargo, la calidad del producto también varía de acuerdo a si el cuy es faenado, procesado, empacado, orgánico, manejado adecuadamente para su consumo y tomando en cuenta su calidad, proporcionando un producto único. Permitiendo

un control de los precios para que estos se mantengan competitivos con el mercado, por lo cual los consumidores tendrán un poder de negociación medio.

### **1.5.5. Productos o Servicios Sustitutos**

Dentro de los productos o servicios sustitutos que amenazan a la carne de cuy se encuentran, la carne de pollo, cerdo, conejo, res y pescado los que son más accesibles para el consumidor. Sin embargo, la carne de cuy es considerada tradicional en las regiones de la sierra, ya que el cuy es una especie muy apetecida y consumida por los habitantes de esta región, debido a su sabor y por sus características nutricionales. De esta manera la amenaza de consumo de productos sustitutos es baja ya que los hábitos de consumo de carne de cuy son más apetecibles que los productos sustitutos.

## **1.6. Análisis PESTEL**

El análisis PESTEL es una herramienta de análisis que permite estudiar el entorno externo tomando en cuenta los siguientes factores: Políticos, Económicos, Socioculturales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales (Benítez et al., 2019).

### **1.6.1. Político**

En Ecuador, hay programas gubernamentales y organizaciones que apoyan a pequeños agricultores y emprendedores rurales, brindando acceso a capacitación técnica, créditos blandos y asistencia para mejorar la productividad. Los criaderos que aprovechan estos recursos pueden obtener ventajas sobre competidores que no acceden a estas oportunidades.

Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), el sector agropecuario es de vital importancia para la economía ecuatoriana: aporta el 7,7% en el Producto Interno Bruto (PIB) (Primicias, 2022). En las zonas rurales del Ecuador reside aproximadamente el 36,18% de la población; incluyendo los productores agrícolas que no solo viven en estas áreas, sino que también ejecutan sus labores agrícolas en el mismo lugar de residencia; específicamente el 20% de la población total del país se dedica al sector agropecuario, y se estima que un 54% de este grupo está involucrado directamente al agro (Chuncho et al.,2021; Zambrano-Flores y Plaza-Macías, 2024)

**Tabla 3***Políticas agrícolas ecuatorianas (2020-2030)*

<b>Periodo</b>	<b>Título de la política</b>	<b>Aspectos</b>
2020-2030	Política del Estado para el sector agropecuario	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Productividad y calidad</li> <li>- Dirección y ampliación de mercados               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio e infraestructura</li> <li>- Colaboración y participación</li> </ul> </li> <li>- Sostenibilidad ambiental y adaptación al cambio climático</li> <li>- Actualización en innovación institucional y legal (Ministerio de agricultura y ganadería, 2021)</li> </ul>

Nota. Egas et al. (2018), Ministerio de Agricultura y Ganadería (2021), Portal Swissinfo (2022), Jumbo (2023).

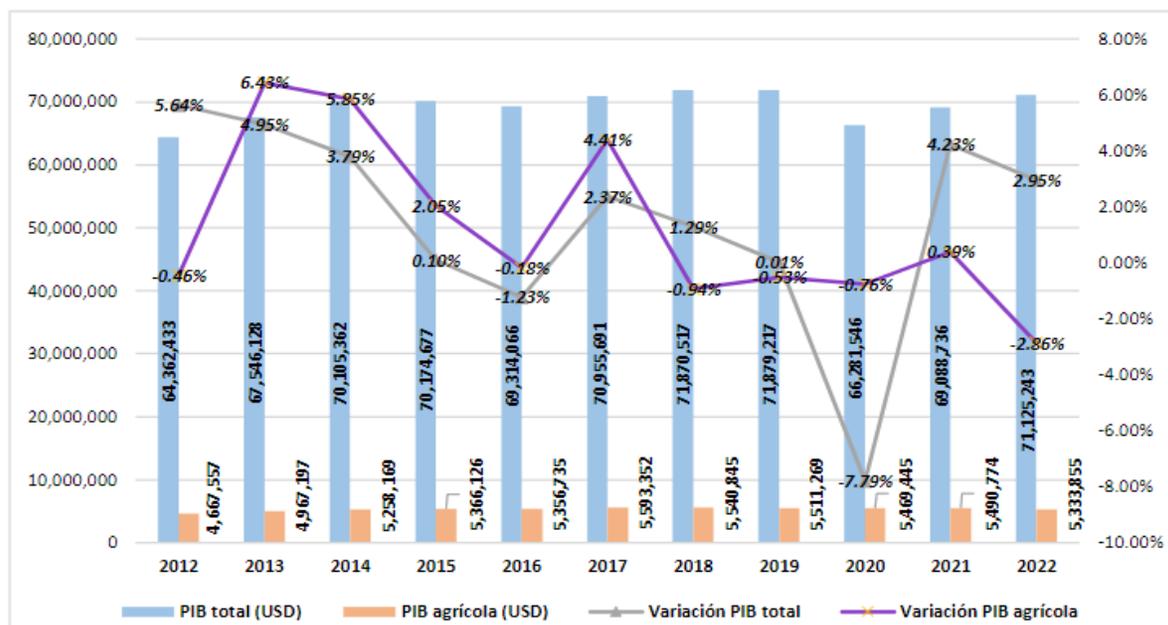
### **1.6.2. Económico**

El cuy ha comenzado a ganar popularidad en mercados internacionales debido a su perfil como carne exótica y rica en proteínas, baja en grasas y con propiedades nutritivas. Criaderos en Ecuador pueden capitalizar esto desarrollando productos para la exportación, aprovechando certificaciones de calidad y estandarizando procesos para cumplir con los requisitos de estos mercados.

A continuación, se expone la data correspondiente al producto interno bruto de Ecuador, considerando el porcentaje de contribución del sector agrícola y su evolución; y el aporte del sector al empleo total, según información proporcionada por el Banco Central del Ecuador (2023). En las áreas rurales un criadero de cuy podría beneficiarse económicamente ya que la demanda de productos cárnicos se encuentra en constante crecimiento.

Un criadero de cuyes proporciona sus propios suministros tales como alimentos orgánicos, instalaciones adecuadas, salubridad, entre otros este influirá de manera positiva en los costos de producción y a su vez generará un poder adquisitivo. Generando un impacto en el crecimiento económico agrícola del país.

**Figura 3**  
*PIB total y agrícola (en dólares) y su variación (porcentual)*



Nota: Extraído de Cuentas Nacionales Trimestrales del Ecuador No.122, emitidas por el Banco Central del Ecuador (2023)

En las áreas rurales un criadero de cuy podría beneficiarse económicamente ya que la demanda de productos cárnicos se encuentra en constante crecimiento. Un criadero de cuyes proporciona sus propios suministros tales como alimentos orgánicos, instalaciones adecuadas, salubridad, entre otros este influirá de manera positiva en los costos de producción y a su vez generará un poder adquisitivo. Generando un impacto en el crecimiento económico agrícola del país.

### 1.6.3. Social

Existe una preferencia cultural y tradicional en países andinos como Ecuador en donde el cuy es un alimento altamente demandante en ciertas regiones, la tendencia del consumo de carne de cuy se basa en un alimento el cual es sostenible, orgánico, ecológico ya que la carne de cuy es muy rica en proteínas y baja en grasas lo que hace de un producto atractivo hacia los consumidores. La agricultura en Ecuador tiene una relación profunda con los social ya que se encuentra vinculada con la economía del país y también con la vida diaria de la población en áreas rurales.

En la región andina de Ecuador, el cuy es una parte importante de la dieta tradicional, especialmente en festividades y celebraciones. Esto asegura una demanda interna constante. La crianza de cuyes no solo es económica, sino también culturalmente relevante, lo que refuerza el consumo local. Al estar el cuy tan enraizado en la gastronomía local, la aceptación y familiaridad con el producto son mucho mayores que en otros mercados, facilitando la comercialización.

#### **1.6.4. Tecnológico**

La innovación es el proceso de incorporar mejoras o avances tecnológicos en productos, ya sean bienes o servicios. Implica la aplicación de ideas, conocimientos o prácticas novedosas dentro de un contexto específico, con el objetivo de generar cambios positivos que permitan satisfacer necesidades, afrontar desafíos y aprovechar nuevas oportunidades. Teniendo así cambios positivos, en la que busca implementar novedades y cambios útiles que pueden ser de carácter sustantivo (Engormix 2014; Caleño Alcoser, 2023).

El uso de tecnologías dentro de un criadero de cuyes busca mejorar la calidad de producción disminuyendo los costos e incrementando las ganancias del agricultor. Beneficiándose con el uso de máquinas que facilitan la elaboración del producto para su comercialización, lo cual genera un costo beneficio en la productividad y rentabilidad.

#### **1.6.5. Ecológico**

Según (Arroyo et al., 2020)

... en Ecuador, existe una tendencia a la adopción de controles biológicos en los sistemas de producción de los pequeños agricultores en los cuales se ha justificado sus beneficios a través de los resultados del proyecto “Biocontrol for Sustainable Farming Systems”. Este enfoque conduce al crecimiento económico de las comunidades rurales pobres y al desarrollo del acceso a los mercados locales e internacionales.

Ecuador tiene una gran diversidad climática y zonas de altitud ideales para la cría de cuyes, especialmente en la región andina, donde estos animales se adaptan perfectamente. Este ambiente natural reduce costos en infraestructura para el control climático y mejora las condiciones para su desarrollo. La altura y el clima templado favorecen la cría sin grandes inversiones en tecnología

para acondicionar el entorno, lo que da una ventaja comparativa frente a otros países que necesitan más recursos para adaptar el hábitat.

Ecuador promueve su sector agrícola no solo para la producción, sino que también como un lugar atractivo para el turismo ecológico y comunitario, en gran parte el desarrollo agrícola trabaja en base a los objetivos sostenibles de la ONU. Un criadero de cuyes sostenible debe cumplir con normativas medioambientales para el manejo adecuado de residuos, optimización de recursos naturales, uso eficiente del agua, adaptarse al impacto de cambios climáticos mediante una producción eficiente y sostenible (Arroyo et al., 2020)

#### **1.6.6. Legal**

Los campesinos y agricultores en Ecuador han formado una serie de organizaciones y movimientos sociales para luchar por sus derechos, como la Federación Nacional de Organizaciones Campesinas, Indígenas y Negras (FENOCIN). Entre otras que han sido fundamentales para abogar por una mayor justicia en el campo, como el acceso equitativo a la tierra, créditos agrícolas y mejores condiciones de trabajo.

#### **1.7. Mercado Meta**

Philip Kotler, reconocido como el padre del marketing moderno, define el mercado objetivo o mercado meta como el segmento de consumidores al que una empresa orienta sus estrategias y esfuerzos de marketing. Kotler enfatiza la importancia de dividir el mercado en segmentos más pequeños y manejables. Esta segmentación puede basarse en factores demográficos, geográficos, psicográficos y conductuales (Thompson, 2006).

El mercado meta u objetivo de un criadero de cuy depende de la finalidad del negocio y del tipo de productos o servicios que ofrezca, como: venta de cuyes para consumo, venta de cuyes para reproducción, etc.

Dentro del mercado objetivo para consumo de carne de cuy, se encuentran los restaurantes, especialmente aquellos que ofrecen platos típicos y tradicionales, también los mercados locales donde el consumidor podrá adquirir un cuy. Dentro de la segmentación demográfica se encuentran las clases sociales media-alta especialmente en regiones donde el cuy es tradicionalmente

consumido. Las zonas geográficas con mayor influencia en el consumo de cuy se encuentran en las regiones de la sierra. La psicografía son aquellos consumidores que tienen interés en la carne de cuy como un plato tradicional.

---

Zona demográfica	Clase social media-alta
Zona geográfica	Región sierra
Zona psicográfica	Plato tradicional

---

### **1.7.1. Ventajas Competitivas**

La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados (Porter, 1985).

### **Tecnologías y Mejora Genética**

Los criaderos de cuyes en Ecuador que invierten en tecnología avanzada para el control sanitario, la mejora genética y la alimentación controlada pueden optimizar la producción. La mejora genética permite producir cuyes más grandes y resistentes, lo que mejora la calidad del producto y reduce el tiempo de cría, aumentando la rentabilidad. Esto se traduce en cuyes con mejores características de mercado (mayor peso y calidad de carne), lo que otorga una ventaja competitiva frente a criaderos menos tecnificados.

### **Producción Sostenible y Agroecológica**

El mercado actual valora cada vez más la producción sostenible y ecológica. Un criadero de cuyes que se enfoque en prácticas sostenibles, con el uso eficiente de recursos y sistemas de producción agroecológica, puede obtener una ventaja competitiva. Esto no solo reduce costos a largo plazo, sino que también permite acceder a nichos de mercado que valoran los productos ecológicos.

### **1.7.2. Ventajas Comparativas**

La teoría de la ventaja comparativa, propuesta por Adam Smith, sostiene que un país debe especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que puede producir de manera más eficiente y a menor costo, es decir, donde posea una ventaja absoluta. Según esta teoría, si un país tiene ventajas absolutas en la producción de todos los bienes, no existiría incentivo para el comercio internacional(Escobar, 2010).

### **Disponibilidad De Recursos Alimenticios Locales**

La facilidad de obtener materias primas para la alimentación hace más eficiente la producción en el país, generando menores costos operativos. En Ecuador, existe una abundante disponibilidad de forraje, pastos y cultivos como la alfalfa y el maíz, que son ingredientes clave en la dieta de los cuyes. Esto reduce costos de alimentación en comparación con países donde el alimento debe importarse o es más caro producirlo localmente.

## CAPÍTULO 2

### 2. ESTUDIO DE MERCADO

Dentro de este capítulo se tratan los conceptos relacionados al mercado y sus componentes, con la finalidad de abordar y conocer cada término de manera más detallada. De forma general se busca: determinar las características del mercado de cuyes en el ámbito local relacionado con el nivel de producción y comercialización, analizar las características de oferta y demanda en el ámbito local, determinar la segmentación de mercado y determinar el precio adecuado tomando en cuenta la oferta y demanda.

#### 2.1. Definición del Producto

En la actualidad, la carne de cuy es altamente valorada en los países andinos, especialmente en Colombia, Bolivia, Ecuador, Perú, Venezuela y en el norte de Chile y Argentina. Forma parte fundamental de la alimentación tradicional de los pueblos indígenas y, en algunas regiones, se le atribuyen propiedades mágicas y medicinales.

En Ecuador, el cuy es una fuente de carne saludable y nutritiva, con un alto contenido de proteínas, superior al de la carne de ave, cerdo, cordero o vacuno, y con un menor nivel de grasa en comparación con estas. Su crianza en el país es mayormente de tipo familiar, desempeñando un papel importante en la economía rural y en la gastronomía local.

##### 2.1.1. Clasificación del Cuy

Existen diferentes pautas para la clasificación de cuyes que son destinados para la producción cárnica, los que se definen de forma más objetiva a razón de la heterogeneidad de los animales existentes. Como concepto de los tipos y variedades se detallan los siguientes tipos relacionados con la crianza de cuyes.

- **Tipos:** Agrupación de cuyes por características externas, generalmente características tales como la forma de pelo, el color del pelaje, la conformación corporal, el color de ojos entre otras que generalmente no son hereditarias.

- **Variedades:** Agrupación de cuyes en función de sus características reproductivas, donde se definen parámetros como el incremento de peso, destete, tamaño de camada, entre otros.
- **Razas:** Agrupación de animales diferenciados genéticamente de los cuales se fija una determinada característica. En animales de carne su característica es de naturaleza productiva.
- **Linajes:** Agrupación de los cuyes por su grado o nivel de consanguinidad, dicho término es más usado en cuyes de laboratorio.

### ***2.1.2. Clasificación del Cuy Según el Tipo***

En Ecuador se ha logrado identificar dos tipos de cuyes diferenciados, que se relacionan con la zona geográfica de origen, los cuales son:

#### ***Por la Forma de Pelaje***

- **Tipo 1:** Cuyes que presentan la combinación de varios tonos, color único, pelo corto, lacio y pegado al cuerpo, pueden representar o no un remolino en la frente. En Ecuador es el tipo de animal más difundido y definido como el mejor reproductor cárnico.

#### **Figura 4**

*Cuy tipo 1*



- **Tipo 2:** Cuyes que presentan colores únicos o con combinaciones diferentes, cuyo pelaje es corto, pero con remolinos que no tienen una misma correlación. En Ecuador es el segundo tipo de animal más difundido por su producción cárnica.

## Figura 5

*Cuy tipo 2*



- **Tipo 3:** Cuyes que presentan pelo largo, lacio o crespo. Este tipo de animal es poco difundido debido a que no presenta buena característica cárnica, principalmente es más solicitado como mascota por su belleza.

## Figura 6

*Cuy tipo 3*



- **Tipo 4:** Cuyes que presentan pelo erizado. Este tipo de animal presenta buena característica cárnica, sin embargo, es moderadamente difundido en el país a causa del limitado número de animales existentes.

**Figura 7**

*Cuy tipo 4*



### **2.1.3. Clasificación por la Forma del Cuerpo**

En Ecuador se ha logrado identificar dos tipos de cuyes diferenciados, que se relacionan con la zona geográfica de origen, los cuales son:

- **Tipo A:** Presentan un cuerpo redondo, son cuyes con una cabeza grande, hocico corto y orejas caídas.

**Figura 8**

*Cuy tipo A*



- **Tipo B:** Presentan un cuerpo alargado, son cuyes con cabeza pequeña y triangular, hocico alargado, orejas eventualmente erectas o semirrectas.

**Figura 9**

*Cuy tipo B*



**2.1.4. Clasificación por Coloración del Pelaje**

- **Claros:** Por lo general son cuyes que exteriorizan pelajes de color blanco, beige, marrón y combinaciones entre otros colores.

**Figura 10**

*Cuy marrón con blanco*



- **Oscuros:** Por lo general son cuyes que exhiben pelajes de colores como el negro, plomo, marrón barredado y combinaciones entre ellos o con colores claros.

### **Figura 11**

*Cuy de tres colores (negro, marrón y blanco)*



#### **2.1.5. Clasificación por el Color de Ojos**

Los cuyes presentan los siguientes tipos de color en los ojos, ojos negros y ojos rojos, la denotación del color de ojos rojos denota albinismo. Sin embargo, hay que resaltar que esto no tiene trascendencia productiva según investigaciones científicas.

## Figura 12

*Cuy de ojos negros*



## Figura 13

*Cuy de ojos rojos*



### 2.1.6. Clasificación por el Numero de Dedos

- **No polidactiles:** Son cuyes que presentan cuatro dedos en su patas anteriores y tres dedos en cada pata posterior.

## Figura 14

*Cuy no polidactil*



- **Polidactiles:** Son cuyes que muestran más de cuatro dedos en sus patas anteriores y más de tres dedos en sus patas posteriores.

## Figura 15

*Cuy polidactirl*



### 2.1.7. Variedad de Cuyes

Las variedades básicas, desde un enfoque de caracteres productivos a nivel preliminar serían las siguientes:

- **Criollo:** Es el cuy considerado como nativo el cual se encuentra dentro de los andes, es criado de manera empírica.

**Figura 16**

*Cuy criollo*



- **Mejorado:** Es el cuy obtenido a partir del cuy criollo, el cual es criado y manejado de manera técnica.

**Figura 17**

*Cuy mejorado*



## 2.2. Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado objetivo necesita en un periodo específico para cubrir una necesidad, deseo o preferencia particular, considerando características de calidad y precios establecidos.

La ley de la demanda establece que, manteniéndose todo lo demás constante la demanda de un bien disminuye cuando su precio sube (Maturana, 2010).

### **2.2.1. Clasificación de La Demanda**

#### **Tipo de producto**

La demanda varía según el uso que se le da al cuy, en primera instancia se encuentra la demanda de cuy para consumo humano, donde el producto se comercializa para su consumo. En segunda instancia se encuentra la demanda de cuyes como animal domesticado (mascota) en países fuera de Sudamérica.

#### **Segmento geográfico**

La demanda puede ser local o regional, especialmente en zonas rurales donde el cuy es un plato tradicional. A nivel nacional el cuy tiene una demanda constante en áreas urbanas. En cuanto a la demanda internacional, esta se enfoca en la exportación de cuyes o carne de cuy hacia comunidades de inmigrantes o mercados interesados en el producto.

#### **Precio**

La demanda de cuyes también puede dividirse según el precio. En el mercado gourmet o de lujo, el cuy es valorado como un platillo exótico y de alta gama, elevando su precio. En mercados más populares, donde el precio es un factor clave, la carne de cuy se ofrece a consumidores de ingresos medios o bajos.

#### **Motivación de compra**

La demanda también varía de acuerdo a la motivación de compra, hay quienes compran por tradición cultural, especialmente en zonas rurales donde el cuy tiene un valor simbólico, quienes comprar por su valor nutricional en busca de alimentos ricos en proteína y bajos en grasa, y quienes consumen por afición en donde el consumidor desea probar un alimento exótico.

### **2.2.2. Levantamiento de Datos de la Demanda**

El levantamiento de información de la demanda se realizó mediante un cuestionario autoaplicado, el cuestionario en su mayoría es de carácter cuantitativo, debido a que recopila datos

numéricos a través de preguntas con opciones reestructuradas. Esta encuesta está diseñada para conocer las preferencias y comportamientos de compra de los consumidores (restaurantes o bares) en relación con el cuy, enfocándose en su adquisición.

### 1) ¿Qué tipo de producto es de su preferencia para la compra?

La mayoría de los encuestados, prefieren comprar cuy pelado, mientras que ninguno opta por el pie de cría o cuy empacado al vacío.

**Figura 18**

*Tipo de producto*

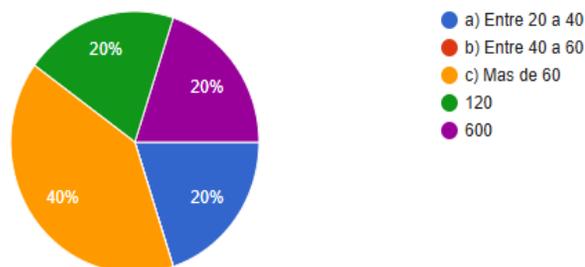


### 2) ¿Cuál es la cantidad semanal de insumo de cuy que compra?

El 40% de los encuestados consume más de 60 cuyes a la semana, mientras que un 20% compra entre 20 a 40 cuyes y el 20% entre 40 a 60. Sin embargo, el 40% restante indica cantidades de compra fuera de estos rangos.

**Figura 19**

*Cantidad semanal*



**3) ¿Cuál es el precio que considera razonable para comprar un cuy de tamaño promedio empacado al vacío?**

Todos los encuestado, consideran que un precio razonable para comprar un cuy de tamaño promedio empacado al vaco está dentro de \$9 y \$11, sin preferencia por precios menores o mayores.

**Figura 20**

*Precio razonable de compra*

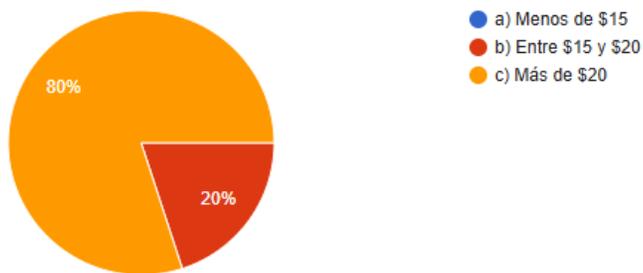


**4) ¿Cuál es el precio que consideraría razonable para consumir un plato de cuy en un restaurante o asadero?**

El 80% de los encuestados considera que un precio razonable para consumir un plato de cuy en un restaurante o asadero es mayor a \$20, mientras que el 20% prefiere un precio entre \$15 y \$20. Ningún encuestado considera adecuado un precio menor a \$15.

**Figura 21**

*Precio razonable de consumo*

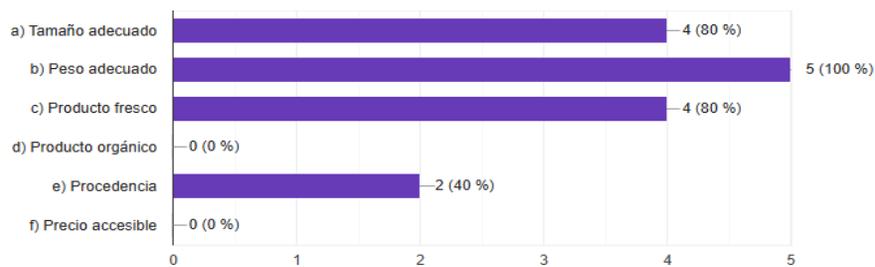


**5) ¿Señale las tres principales características que debe cumplir el cuy para que se pueda adquirir el producto?**

El 100% de los encuestados considera que el cuy debe tener un peso adecuado para ser adquirido, además el 80% valora un tamaño adecuado y que el producto sea fresco. La procedencia es importante para el 40%, mientras que el producto orgánico y el precio accesible no son prioridades para los consumidores.

**Figura 22**

*Característica principales*

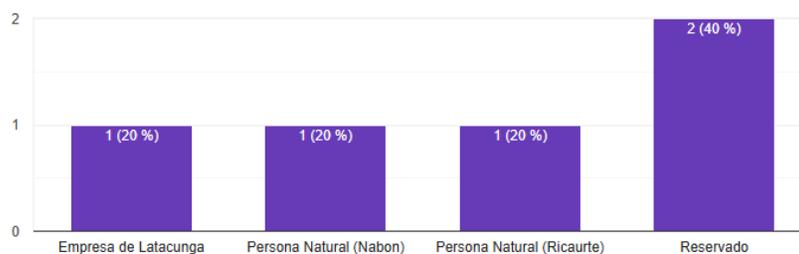


**6) ¿A qué empresa o de quien adquiere el cuy y de donde es?**

El 20% de los encuestados adquiere el cuy de una empresa de Latacunga, mientras que un 20% lo compra a personas naturales y otro 20% de Nabón. El 40% restante prefirió mantener en reserva la información sobre el proveedor.

**Figura 23**

*Adquisición del producto*



### 7) ¿De qué manera se entrega el producto?

Todos los encuestados reciben el producto a domicilio, y ningún retira la orden personalmente.

**Figura 24**

*Entrega del producto*

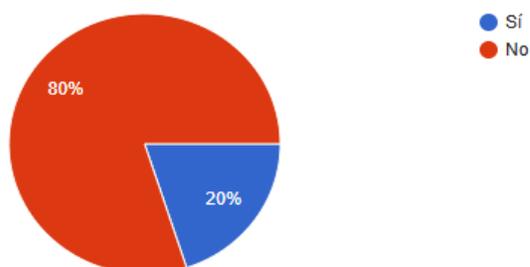


### 8) ¿Estuviera dispuesto a cambiar de proveedor?

El 80% de los encuestados no estaría dispuesto a cambiar de proveedor, mientras que el 20% si lo considera.

**Figura 25**

*Cambio de proveedor*

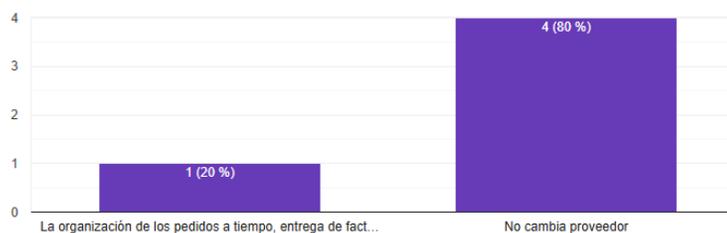


### 9) ¿Qué factores le llevarán a cambiar de proveedor?

Solo el 20% de encuestados cambiaria de proveedor mientras que el 80% no lo haría.

## Figura 26

### *Cambiar de proveedor*



## 2.3. Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes o productores competidores pueden ofrecer al mercado durante un periodo definido, considerando niveles específicos de calidad y precios. Ley que establece que, manteniéndose todo lo demás constante la cantidad ofrecida de un bien aumenta cuando sube su precio. (Maturana, 2010)

### 2.3.1. Análisis y Proyección de la Oferta

Dentro del mercado de criaderos de cuyes, la oferta depende de las PYMES de criaderos que abastecen al consumo local y regional. Según el levantamiento de datos realizado por la encuesta, la producción actual de cuyes muestra una alta demanda semanal, donde el 40% de restaurantes y asaderos encuestados necesitan más de 60 unidades de cuyes semanalmente. Esto indica que existe una tendencia hacia volúmenes significativos de compra semanal, lo cual se interpreta como una oportunidad de crecimiento para los productores locales.

## 2.4. Importaciones y Exportaciones

En Ecuador la importación de cuy son ineficientes ya que existe una autosuficiencia que permite satisfacer el mercado local, por otro lado, se puede realizar la exportación de cuy a países donde exista comunidad de migrantes Ecuatorianos, destinos principales como Estados Unidos y España donde se pueda cubrir dicha demanda.

Una vez obtenido el producto, el sistema de negociación se realizará a través de un intermediario directo, representado por la Exportadora Ecuaflood de Nueva York, EE.UU. Esta empresa actualmente se dedica a la exportación de carne de cuy desde Ecuador y al mes moviliza 6.000 unidades. La selección de esta empresa se debe a que la misma se encuentra posicionada y tiene sus principales puntos de distribución que son: Supermercados y Restaurantes Latinos donde el consumidor final lo adquirirá como “Cuy asado parrillero” (Alegre Fernandez, 2023).

## **2.5. Demanda Potencial Insatisfecha**

Dentro de Ecuador podemos encontrar una demanda insatisfecha localmente en restaurantes y cadenas de comida típica, las cuales reportan dificultades para obtener productos que cumplan con las características que debe cumplir un cuy para que se pueda adquirir el producto, las cuales son, según información levantada por el cuestionario, las principales características que los restaurantes o asadores exigen: peso adecuado, tamaño adecuado y producto fresco.

Esta demanda insatisfecha no solo se debe a la cantidad de oferta, sino también a la calidad del producto, que no siempre cumple las expectativas del mercado. Aunque factores como la procedencia tienen menor relevancia. Es clave que los productores o criadores de cuyes garanticen productos con peso, tamaño y frescura adecuados para satisfacer las necesidades del mercado.

## **2.6. Precio de Venta**

En base a los datos de la encuesta, el precio de venta adecuado del producto hacia los restaurantes y asaderos para un cuy de tamaño promedio empacado al vacío se encuentra entre \$9 a \$11. Esto nos indica que los compradores están dispuestos a pagar un precio que refleja la calidad del producto y valor accesible.

## **2.7. Comercialización**

La comercialización del cuy como producto, se puede realizar de manera local como venta directa a: restaurantes y cadenas de comida típica, a su vez también se puede exportar a países con alta población migrante ecuatoriana.

- **Promoción local:** Participación en ferias agrícolas y festivales gastronómicos para posicionar la marca.
- **Marketing digital:** Uso de redes sociales para promover el producto y conectar con clientes locales e internacionales.
- **Alianzas estratégicas:** Acuerdos con restaurantes, supermercados y distribuidores locales para asegurar una colocación constante del producto.
- **Certificaciones:** Obtener certificaciones de calidad y sanidad para facilitar el acceso a mercados internacionales.

El proyecto del criadero de cuyes tiene un alto potencial de éxito debido a la demanda creciente y las oportunidades de exportación a países con alta población de migrantes ecuatorianos. Cumpliendo con las características deseadas por los restaurantes y cadenas típicas, estableciendo redes de distribución confiable aseguran una oferta constante en los mercados locales e internacionales, posicionando el producto dentro del mercado.

## **CAPITULO 3**

### **3. ESTUDIO TECNICO**

El estudio técnico o ingeniería del proyecto es la segunda etapa de un proyecto de inversión. Determina toda la estructura de la empresa, tanto física como administrativa (Baca Urbina, 2013). Dentro de los objetivos que se consideran en esta etapa se tiene: Demostrar si el proyecto de inversión es técnicamente factible, es decir, verifica la posibilidad técnica de fabricación del producto, justificando, además, desde un punto de vista económico, haber seleccionado la mejor alternativa en tamaño, localización y proceso productivo para abastecer el mercado demandante del bien a producir. (CAROLINA, s. f.)

#### **3.1. Capacidad Óptima**

Demostrar si el proyecto de inversión es técnicamente factible, es decir, verifica la posibilidad técnica de fabricación del producto, justificando, además, desde un punto de vista económico, haber seleccionado la mejor alternativa en tamaño, localización y proceso productivo para abastecer el mercado demandante del bien a producir. (CAROLINA, s. f.)

#### **3.2. Instalaciones**

Es fundamental garantizar tanto el bienestar como la eficiencia productiva de los cuyes mediante el uso adecuado de instalaciones y equipos. Esto requiere techos altos, buena ventilación y medidas de protección contra climas adversos y depredadores, además de asegurar el acceso fácil a comederos y bebederos. Es importante mantener la temperatura para reducir el estrés térmico. Además, se destaca la necesidad de un enfoque integral que incluya la selección cuidadosa de los animales para reproducción, una alimentación balanceada, prevención de enfermedades y supervisión del ciclo reproductivo. En conclusión, una crianza exitosa de cuyes depende de la atención a la genética, nutrición, salud y reproducción.

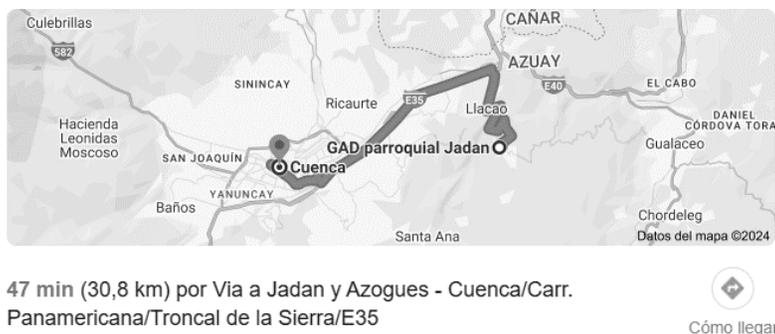
##### **3.2.1. Ubicación del Proyecto**

Se va a realizar la instalación del galpón en la parroquia de Jadán, la cual se halla localizada al Sur del Ecuador, en la provincia del Azuay, cantón Gualaceo, a 30 km, de la capital Azuaya

(Cuenca). En donde las condiciones requeridas para la cría de cuyes son las requeridas para el desarrollo y crecimiento de los cuyes.

## Figura 27

### Ubicación del Galpón



### 3.2.2. Características de las instalaciones

La dimensión o área de un galpón debe ajustarse de manera proporcional a la cantidad de animales que se planea manejar, asegurando que el espacio sea suficiente para su desarrollo adecuado. Este tamaño debe estar en equilibrio con la disponibilidad de áreas de forraje, ya que el acceso a alimento fresco es crucial para el bienestar y productividad de los animales. Además, al considerar el espacio, es importante prever posibles expansiones o ajustes que permitan mantener la calidad de vida de los cuyes, incluso en caso de aumentos en la población o variaciones en la producción de forraje.

### Ventilación

La infraestructura debe contar con una ventilación adecuada, por lo que es recomendable un antepecho amplio y el uso de cortinas nocturnas. Esto facilita la circulación de aire, ayudando a mantener una temperatura de entre 14 y 20 °C, y una humedad inferior al 60%. De esta forma, se mantiene el área de las pozas seca, promoviendo condiciones higiénicas óptimas para los animales.

## **Iluminación**

El aprovechamiento pleno de la luz contribuye a eliminar microorganismos perjudiciales, mientras que una ventilación adecuada asegura la renovación constante del aire, lo cual es esencial para evitar acumulaciones de humedad y mantener las pozas secas.

## **Seguridad**

El galpón debe ser seguro, evitando la entrada de roedores transmisores de enfermedades, depredadores de crías y personas malintencionadas. Medidas como cerraduras resistentes y vigilancia regular protegen a los animales y los recursos del productor.

## **Construcción**

Por lo general los elementos de construcción que se utilizan para la instalación del galpón o criadero, incluyen materiales como; adobe, ladrillo, bloque, madera los cuales se utilizan para la estructura, para el techo se utiliza, teja, zinc, eternit y materiales translúcidos, mientras que el piso preferiblemente debe ser en base de cemento o tierra.

La construcción de jaulas para un criadero de cuyes requiere materiales accesibles y funcionales como madera, malla metálica y paja. Las jaulas de reproducción deben tener dimensiones de 2 metros de largo, 1 metro de ancho y 0.40 metros de altura, proporcionando espacio suficiente para las hembras y sus crías. Por su parte, las jaulas de recría, destinadas a cuyes jóvenes, miden 1 metro de largo, 1 metro de ancho y 0.40 metros de altura, permitiendo su adecuado desarrollo. Finalmente, las jaulas individuales para machos reproductores deben ser más compactas, con medidas de 0.75 metros de largo, 0.75 metros de ancho y 0.40 metros de altura, asegurando su comodidad y control. Estas jaulas deben contar con buena ventilación, iluminación adecuada y suelo cubierto con paja para mantener un ambiente saludable y protegido.

### **3.3. Implementación de crianza**

Para la adecuación de la crianza de los cuyes se tomaran en cuenta las siguientes consideraciones.

**Tabla 4***Implementación de crianza*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Característica</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Jaula	9	Construidas con madera, malla metálica y paja, con dimensiones específicas para reproducción, recria y machos reproductores.	\$15.00	\$135.00
Bebedero	6	Preferiblemente automáticos o de fácil acceso para mantener agua limpia.	\$5.00	\$30.00
Comedero	9	Están fabricados con materiales resistentes como plástico o madera tratada, adecuados para evitar desperdicio de alimento.	\$5.00	\$45.00
Iluminación	2	Aprovechar luz natural y, de ser necesario, instalar lámparas que mantengan un ambiente iluminado	\$3.50	\$7.00
Galpón	1	Espacios ventilados, con techos que protejan de lluvias, vientos y sol excesivo.	\$1.500	\$1.500

**3.4. Equipos y Herramientas**

Los equipos y herramientas necesarios para la adecuación de instalaciones y demás requerimientos se describen en la Tabla 5.

**Tabla 5***Implementación de equipos y herramientas*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Característica</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Báscula	1	Para monitorear el peso y crecimiento de los cuyes.	\$50.00	\$50.00
Cepillos y rastrillos	2	Para limpieza de jaulas y galpones.	\$10.00	\$20.00
Desinfectantes	2	Esenciales para mantener la higiene en las instalaciones.	\$8.00	\$16.00
Cortadores de	1	Para preparar alimentos	\$10.00	\$10.00

forraje	adecuados a las necesidades de los animales.
---------	--

### 3.5. Suministros

Los suministros necesarios para la crianza de los cuyes así como los necesarios para su alimentación se describen en la Tabla 6.

**Tabla 6**

*Implementación de alimentación*

Descripción	Cantidad	Característica	Precio Unitario	Precio Total
Forraje fresco	5 (10 kg)	Como alfalfa, hierba de corte o pastos.	\$6.50	\$32.5
Concentrados	1 (40 kg)	Alimentos balanceados para garantizar un crecimiento y reproducción óptimos.	\$25.30	\$25.30
Suplementos vitamínicos	5 (100 Pastillas)	Para fortalecer la salud de los animales	\$7.69	\$38.45

### 3.6. Mano de Obra

La mano de obra necesario para desarrollar las actividades del criadero, preparación y distribución de producto se describen en la Tabla 7.

**Tabla 7**

*Mano de Obra*

Descripción	Cantidad	Característica	Salario
Administrador	1	Supervisar tanto al personal como las condiciones del criadero, control de costos y manejo de inventarios	\$600
Trabajador	1	Mantener un ambiente limpio, seguro y saludable para los animales. Además, debe tener conocimientos básicos sobre el manejo y alimentación de los cuyes	\$460

### 3.7. Localización Adecuada

La localización de la instalación del criadero de cuyes se encuentra ubicada en la parroquia de Jadán, se halla localizada al Sur del Ecuador, en la provincia del Azuay, cantón Gualaceo, a 30 km.

### 3.8. Ingeniería del Proyecto

La infraestructura del criadero tendrá un tamaño de 24m<sup>2</sup> la cual se encuentra distribuida de la siguiente manera.

**Tabla 8**

*Ingeniería del Proyecto*

Área	Espacio a Ocupar	Metros Cuadrados
Área de producción	6x6	12
Jaulas de reproducción	4x1	4
Jaulas de cría	3x1	3
Jaula de reproductores	0.75x4	3
Área de alimentos	3x1	2
Área de faenamiento	3x3	9
Empaque	2x2	4
Almacenamiento de desechos	3x2	6
Baño	2x2	4
<b>TOTAL ÁREA</b>		<b>48</b>

#### **Terreno**

El terreno cuenta con una extensión total de 17.800 m<sup>2</sup>, de los cuales se destinará un área de 48 m<sup>2</sup> para la construcción de un pequeño galpón. Este espacio será específicamente diseñado y acondicionado para funcionar como un criadero de cuyes, garantizando un ambiente adecuado para su cría y manejo.

### 3.9. Proceso de Producción

El proceso de producción agrícola se orienta en principio a la creación de valores de uso, es decir, de un producto vegetal o animal que satisfaga una necesidad específica del hombre,

Históricamente, la actividad agrícola ha pasado de la producción de valores de uso para la satisfacción de las necesidades directas del productor, a la creación de los productos requeridos por las poblaciones no agrícolas, ampliándose continuamente la producción de valores de cambio, o sea, de bienes agrícolas cambiables por bienes no agrícolas o por bienes agrícolas distintos. (Vázquez et al., 1986)

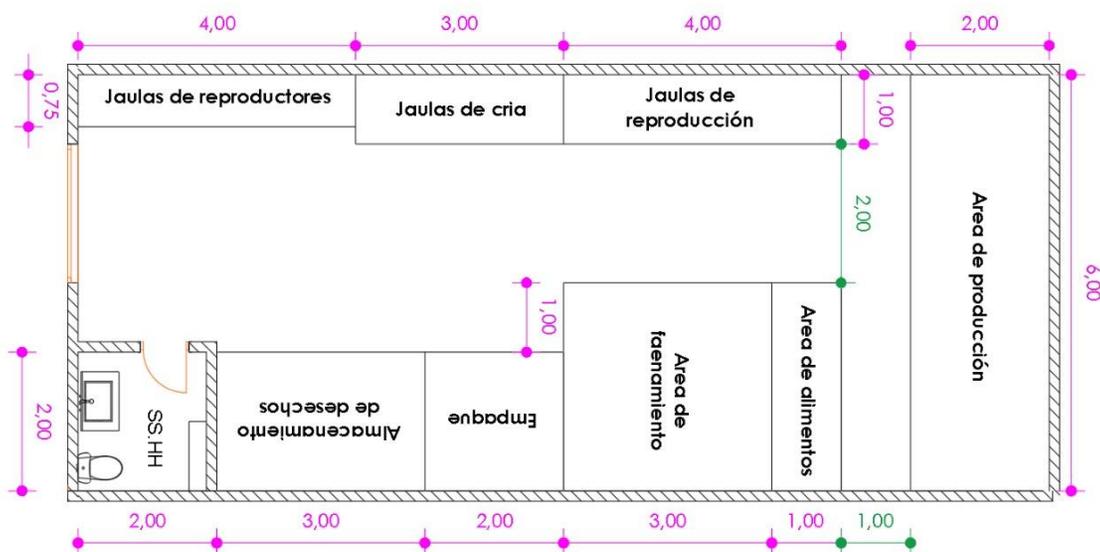
### 3.10. Áreas de la Empresa

**Tabla 9**

*Distribución de las áreas de la empresa*

Área	Descripción
Área de producción	El área es de 6x6 m <sup>2</sup> , donde se albergarán a los cuyes machos y hembras, destinados para la reproducción.
Área de alimentos	El área es de 2x1 m <sup>2</sup> , que se encuentra destinado para la preparación, almacenamiento y distribución de los alimentos.
Área de Faenamiento	El área es de 3*3 m <sup>2</sup> , está construido con bloque, el piso es de cemento y ,mesas de acero para realizar el faenamiento.

### 3.11. Distribución interna (Layout)



## 3.12. Estructura Organizacional

### Área Técnica

- Veterinario: Es el responsable de garantizar la salud de los cuyes mediante acciones de prevención, diagnóstico y monitoreo constante. Además, se encarga de capacitar al personal en las prácticas relacionadas con la producción, reproducción y crianza. Supervisa que la alimentación sea adecuada para cada etapa de desarrollo de los cuyes y realiza un seguimiento detallado de los procesos de producción, reproducción y el crecimiento de las camadas. Además, el veterinario recurrirá de vez en cuando o de ser necesario su intervención profesional.
- Trabajadores: Es el encargado de mantener en óptimas condiciones el galpón de los cuyes, asegurando su adecuado funcionamiento. Trabaja en coordinación con el veterinario, quien le proporciona orientación en todos los aspectos necesarios.

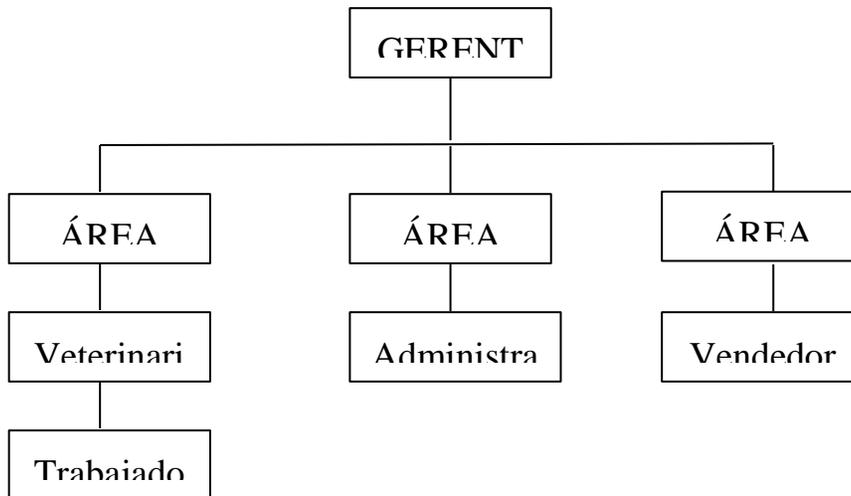
### Área Financiera

- Administrador: Es la persona responsable de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de una empresa, optimizando el uso de los recursos humanos y financieros para alcanzar los objetivos con la mayor eficiencia posible. También se encarga de gestionar los recursos financieros, asegurando el cumplimiento de las obligaciones con entidades de control como el SRI, MRL y el IESS.

### Área Comercial

- Vendedor: Es el responsable de promocionar y comercializar el producto, explorando nuevos mercados y desarrollando estrategias efectivas de comercialización.

### Organigrama general



### 3.13. Marco legal y Factores Legales Relevantes

#### Estructura jurídica

La microempresa llevará en su inicio de actividades en cuanto a ingresos y egresos a los regímenes establecidos por el SR1, de la misma manera cumplir con los parámetros de contabilidad.

#### Nombre de la empresa

Se considerará un nombre que refleje el propósito, identidad y relación de la empresa.

#### Documentos legales para construir la empresa

- Ruc: Código de identificación que tiene el contribuyente para que el servicio de rentas internas (SRI) controle las actividades.
- Patente: Documento municipal obligatorio para todas las personas que ejerzan actividades económicas.
- Permisos de bomberos: Garantiza que las instalaciones cumplan con todos los requisitos legales y reglamentarios para la prevención de incendios.

- Permiso Ambiental: Art.2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respeto a las culturas y prácticas tradicionales.
- Registro en el Ministerio de Relaciones Laborales: Se debe registrar la empresa en el ministerio de trabajo, se debe ingresar a la plataforma de MRL y elegir SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN INTEGRAL DE TRABAJO Y EMPLEO.
- Registro en el IESS: Registrar a los empleadores en el IESS, escoger el sector al que pertenece ( privado, público o doméstico). Ingresar después los datos solicitados llenando los campos obligatorios, digitar el número de RUC y si es doméstica el número de cédula. Al final del formulario de registro como empleador se debe imprimir el documento solicitud de clave. Luego de registrar los datos, el empleador debe solicitar la clave de empleador, en las oficinas de historia laboral del centro de atención universal del IESS.
- Requisitos Municipales: La primera obligación municipal del emprendedor es obtener su registro de patente, mediante la inscripción del Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET).

Los requisitos para obtener la patente por primera vez son:

- a. **Persona natural:** Formulario de declaración de patente para persona natural, debidamente lleno y firmado.

- ~ Copia de cédula y certificado de votación
- ~ Copia del RUC
- ~ Acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos

Permisos de funcionamiento: El principal permiso que se debe obtener es la LUAE, licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas. La LUAE es el acto administrativo con el que se autoriza al emprendedor, el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en dicha jurisdicción.

Registro sanitario: Se debe emitir el permiso dentro de ARCSA en la pestaña “funcionamiento para establecimientos de servicios de alimentos”. El trámite a realizar se encuentra dentro de la categoría comercializar, la cual especifica: Dar un producto, condiciones y vías de distribución para su venta. Poner a la venta un producto.

## CAPÍTULO 4

### 4. ESTUDIO FINANCIERO

Los Estados Financieros son la síntesis del proceso de registrar de forma exacta, cronológica y sistemática todas las operaciones de una entidad económica (Leticia, 2015). En este apartado se busca conocer mediante indicadores económicos y financieros basados en el valor del dinero en el tiempo si el proyecto es rentable o no.

#### 4.1. Proyección de Producto Faenado

Según la investigación y levantamiento de datos que se desarrolló mediante la encuesta, en base al proyecto se propone cubrir una demanda de 2400 cuyes anuales. Se proyecta que la producción de cuyes empacados al vacío se distribuirá en un estimado de 20 unidades los cuales se entregarán de forma mensual a 15 restaurantes.

**Tabla 10**

*Proyección de cuyes*

Número de Restaurantes	Frecuencia	Cantidad requerida por Restaurante	Demanda Anual
15	mensual	20	3600

#### 4.2. Ventas mensuales

La Tabla 11 muestra la cantidad de cuyes que se espera vender mensualmente desde el primer año tomando en cuenta las consideraciones de capacidad y la predisposición que tiene el mercado a adquirir el producto.

**Tabla 11**

*Proyección de Ventas*

Número de	Frecuencia	Cantidad	Precio	Ventas
-----------	------------	----------	--------	--------

<b>Restaurantes</b>		<b>requerida por Restaurante</b>	<b>Unitario Producto</b>	<b>Anuales</b>
15	mensual	20	\$11	\$39.600

### 4.3. Costos

Los costos en los que se incurrirán por la operatividad del proyecto se muestran en la Tabla 12, se incluyen aspectos relacionados al mantenimiento del criadero y la construcción del galpón,

**Tabla 12**

*Proyección de costos*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario (USD)</b>	<b>Costo Total (USD)</b>
<b>Infraestructura</b>			
Construcción del galpón (48m2)	1	\$30/m2	\$1.440
Jaulas	9	\$15.00	\$135.00
Bebederos	6	\$5.00	\$35.00
Comederos	9	\$5.00	\$45.00
Iluminación	2	\$3.50	\$7.00
Instalación Eléctrica	1	\$100.00	\$100.00
<b>Equipamiento y Materiales</b>			
Báscula	1	\$50.00	\$50.00
Cepillos y Rastrillos	2	\$10.00	\$20
Desinfectantes	2	\$8.00	\$16.00
Cortadores de forraje	1	\$10.00	\$10.00
Material de cama (aserrín)	10	\$2.00	\$20.00
<b>Alimentación</b>			
Forraje	1.350kg	\$0.12/kg	\$162,00
Concentrado	450kg	\$0.55/kg	\$202,50
Vitaminas	300 (pastillas)	\$7.69	\$27,07
<b>Cuyes Reproductores</b>			
Hembras reproductoras	20	\$10.00	\$200.00
Machos reproductores	5	\$15.00	\$75.00
<b>Costos Operativos Iniciales</b>			
Mano de Obra	1	\$460	\$644,71
Administrador	1	\$600	\$801,72
Trabajador	1	\$460	\$644,71
<b>TOTAL</b>			<b>\$4.635,71</b>

#### 4.4. Análisis Financiero

El análisis financiero nos ayuda a estudiar todos y cada uno de los resultados de la empresa separada en sus partes para después poder generar un diagnóstico integral del desempeño financiero de la misma. Con este estudio podemos distinguir cuales fueron las causas del problema, y así poder tomar acciones correctivas. (Burguete, 2016)

#### 4.5. Proyectos de ventas a 5 años

Se presenta a continuación una estimación de venta de cuyes para el periodo 2025 - 2029 abarcando un análisis de cinco años. En donde podremos obtener datos preliminares sobre el desempeño futuro del proyecto analizado en este estudio.

**Tabla 13**

*Ventas Futuras (2025-2029)*

<b>Año</b>	<b>Ventas mensuales (cuyes)</b>	<b>Ventas anuales (cuyes)</b>
2025	300	3600
2026	350	4200
2027	400	4800
2028	450	5400
2029	500	6000

#### 4.6. Proyección de costos

Un cuy en promedio consume entre 150-200 gramos de alimento al día dependiendo de su tamaño, lo que equivale a 4.5-6 kg de alimento al mes por cuy. Asumiendo un consumo promedio de 200 gr por día en el cual dividiendo 75% de alimento en forraje (150 gr) y 25% de alimento en balanceado (50 gr) obtendremos el consumo diario para la cantidad de cuyes que se estima alimentar.

**Tabla 14***Consumo estimado mensual de alimentación (2025-2029)*

<b>Año</b>	<b>Cuyes Mensuales</b>	<b>Consumo Diario (gr/día)</b>	<b>Consumo Mensual (kg/mes)</b>
2025	300	200x300=60.000gr	60x30=1.800kg
2026	350	200x350=70.000gr	70x30=2.100kg
2027	400	200x400=80.000gr	80x30=2.400kg
2028	450	200x450=90.000gr	90x3=2.700kg
2029	500	200x500=100.000gr	100x3=3.000kg

**Tabla 15***Precio estimado mensual de alimentación (2025-2029)*

<b>Año</b>	<b>Cuyes Mensuales</b>	<b>Alimento Balanceado 25%</b>	<b>Alimento Forraje 75%</b>	<b>Costo Mensual</b>
2025	300	450kgx0,45ctv=202,50	1.350kgx0,12ctv=162,00	\$364,50
2026	350	525kgx0,46ctv=241,50	1.575kgx0,13ctv=204,75	\$446,25
2027	400	600kgx0,47ctv=282,00	1.800kgx0,14ctv=252,00	\$534,00
2028	450	675kgx0,48ctv=324,00	2.025kgx0,15ctv=303,75	\$627,75
2029	500	750kgx0,49ctv=367,5	2.250kgx0,16ctv=360,00	\$727,50

#### 4.7. Proyección Salarial

El ministerio del trabajo fijó el Salario Básico Unificado (SBU) del trabajador en general para el año 2025 en USD \$470,00 mensuales. El porcentaje de incremento, con respecto al año anterior es de 2.174%. Lo que implica un aumento de \$10 en relación con el sueldo que rige actualmente.

Tomando en cuenta el alza salarial incrementada en años anteriores se mantendrá el margen porcentual de 2.174% para estipular el salario básico unificado de los años correspondientes 2026 a 2029.

## Tabla 16

Tabla Incremento Salarial años 2025-2029

Año	Salario Básico Unificado (USD)
2025	\$470,00
2026	\$480,22
2027	\$490,66
2028	\$501,32
2029	\$512,22

Nota: Esta tabla consiste en el incremento Salarial anual basado en un alza de 2.174%

## 4.8. Estado de Resultados

Considerando las ventas, costos, precios, salarios que se establecen dentro del estudio, a continuación se establecerá la proyección de estados de resultados de los años 2025 a 2029.

## Tabla 17

Tabla Estado de resultados (2025-2029)

Estado de Resultados Años	2025	2026	2027	2028	2029
VENTAS	39.600,00	46.200,00	52.800,00	59.400,00	66.000,00
Costo de ventas	14.563,74	11.549,59	12.720,33	14.059,67	15.382,79
MARGEN BRUTO	25.036,26	34.650,41	40.079,67	45.340,33	50.617,21
Gastos Generales	21.869,04	21.991,68	22.116,96	22.244,88	22.375,68
TOTAL GASTOS	21.869,04	21.991,68	22.116,96	3.629,04	3.629,04
UTILIDAD OPERACIONAL	3.167,22	12.658,73	17.962,71	23.095,45	28.241,53
BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS (BAI)	1.774,14	9.841,92	14.350,30	18.713,13	23.087,30
Impuestos a la Renta	443,53	2.460,48	3.587,58	4.678,28	5.771,82
UTILIDAD NETA	1.330,60	7.381,44	10.762,73	14.034,85	17.315,47

Esta tabla consiste en las proyecciones de estados de resultados años 2025 a 2029

#### 4.9. Valor Actual Neto (VAN)

Valor actual neto es un indicador de la rentabilidad de un proyecto que expresa el monto monetario de exceso o disminución obtenido en un proyecto. El valor actual neto es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. (Medina Ochoa & Terreros Barros, 2005)

El VAN del proyecto con proyección a 5 años es de \$15.231,93. Este resultado refleja el valor presente neto de los flujos financieros proyectados entre los años 2025 a 2029, a una tasa mínima atractiva (TMRA) del 30%, considerando una inversión inicial de \$4.635,71. Un VAN positivo nos indica que el proyecto es financieramente viable.

**Tabla 18**

*Indicadores Financieros años 2025-2029*

I	2025	2026	2027	2028	2029
-4.635,71	1.330,60	7.381,44	10.762,73	14.034,85	17.315,47

#### 4.10. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es un indicador porcentual de la rentabilidad de un proyecto. La identificación de la TIR es la tasa de descuento  $K$  que hace que el VAN sea = 0. También se puede decir que la TIR es la tasa de retorno estimada para un proyecto presupuesto, dado sus flujos de efectivo incrementales, considera todos los flujos para un proyecto y se ajusta al valor del dinero en el tiempo. (Medina Ochoa & Terreros Barros, 2005).

La TIR del proyecto es de 109,66%, lo que nos indica una rentabilidad esperada de la inversión inicial del proyecto, este valor refleja con base en los flujos financieros proyectados, que la inversión genera un rendimiento anual de 109,66% sobre el capital invertido. A su vez la tasa de recuperación de la inversión (TRI), es de 1,17 años aproximadamente 14 meses, lo que implica un tiempo relevante para recuperar el capital inicial del proyecto.

## CONCLUSIONES

El desarrollo de esta investigación para la instalación de un criadero de cuyes en la parroquia de Jadán, representa una iniciativa de proyecto factible ya que los estudios realizados dentro de esta tesis, demuestran que este estudio se puede aprovechar para beneficiarse de las costumbres y tradiciones que existen en nuestra ciudad.

Establecer este proyecto generará empleos tanto directos como indirectos, promoviendo el emprendimiento y fortaleciendo la generación de ingresos sostenibles hacia la economía del país. Además, el proyecto fomenta prácticas sostenibles en el desarrollo, crianza y producción de cuyes, garantizando un cuidado responsable con la naturaleza y minimizando el impacto ambiental.

Finalmente, este estudio de factibilidad para la instalación de un criadero de cuyes en la parroquia de Jadán, no solamente representa una oportunidad económica, sino que también una contribución importante a la conservación de una tradición cultural significativa para nuestra región.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda proporcionar adecuadamente capacitación técnica y continua sobre mejores prácticas en cría de cuyes tales como el manejo sanitario, nutrición, reproducción adecuada, para que de esta manera se garantice operaciones efectivas y sostenibles en el desarrollo del proyecto.

Realizar investigaciones de mercado periódicas para identificar las tendencias de consumo, nuevas oportunidades de negocio, ajustar las estrategias de producción y marketing de acuerdo con las necesidades del mercado.

Establecer alianzas estratégicas en conjunto a organizaciones públicas, privadas para proporcionar apoyo técnico, financiero y logístico donde se incluya asesoramiento para optimizar los recursos del proyecto.

Implementar prácticas ambientales como el uso de alimentos orgánicos, el manejo adecuado de residuos para minimizar el impacto en el medio ambiente y mantener a su vez con el régimen de las regulaciones ambientales.

Gestionar el monitoreo continuo para evaluar el desempeño del criadero en términos de producción, rentabilidad y sustentabilidad, permitiendo asegurar el éxito a largo plazo del proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alegre Fernandez, J. L. (2023). *Caracterización del sistema de crianza de cuyes (Cavia porcellus) en el Distrito de Chacabamba, Yarowillca–2023.*
- Arroyo, W. F. V., Torres, C. M. T., Salinas, A. A. M., Santillán, D. F. N., Rivera, L. A. M., Párraga, A. G. D., Quispe, C. E. P., Verdezoto, A. K. P., Cevallos, F. J. B., & Castillo, W. A. V. (2020). Control Biológico: Una herramienta para una agricultura sustentable, un punto de vista de sus beneficios en Ecuador. *Journal of the Selva Andina Biosphere*, 8(2), 128-149.
- Benítez, N. G., de la Rosa, C. B., Bolaños, B. C., Echeverría, H. C., Cabezas, R., & Padilla, M. L. V. (2019). Análisis de PESTEL con mapas cognitivos neutrosóficos para determinar los factores que inciden en la sostenibilidad agropecuaria. Caso de estudio llanura Sur–Oriental de la provincia de Pinar del Río. *Neutrosophic Computing and Machine Learning (NCML): An International Book Series in Information Science and Engineering. Volume 5/2019*, 59.
- Burguete, A. C. L. (2016). *Análisis financiero*. Editorial digital UNID.
- Caleño Alcoser, M. S. (2023). *Innovación en la agricultura: Un proceso clave para el desarrollo sostenible en el Ecuador.*
- CAROLINA, R. P. B. (s. f.). *ELABORACIÓN DEL ESTUDIO TÉCNICO; PARTE II.*
- Daros, W. R. (2002). ¿Qué es un marco teórico? *Enfoques*, 14(1), 73-112.
- Escobar, A. G. (2010). De la ventaja comparativa a la ventaja competitiva: Una explicación al comercio internacional. *Publicaciones Icesi.*
- Espinoza, M., & Espinoza, M. (2020). Las fuerzas de Porter: Estrategias luego de su aplicación. *Research Gate*, 19.

- García Puga, Y. (2023). *El lienzo de modelo de negocios modelo canvas: Herramienta para emprendedores.*
- JORGE, S. O. (s. f.). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.*
- Leticia, L. M. L. (2015). *Estudio Financiero.*
- Maturana, G. (2010). IN2201-La oferta y la demanda. *Mensaje de un blog*, 11.
- Medina Ochoa, F., & Terreros Barros, D. (2005). *Evaluación financiera mediante el TIR y el VAN para la creación de una empresa comercializadora de bicicletas.*
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, T. (2015). *Diseñando la propuesta de valor.*
- Porter, M. (1985). La ventaja competitiva según Michael Porter. *Web y Empresas, Administración, Ingeniería, Gestión y mucho más.*
- PULLQUITIN GUAMANGALLO, G. P. (2018). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE “COBAYAS” MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA QUITOECUADOR 2017.*
- Silva, F. D. R., Uvidia, H., & Enriquez, M. Á. (2021). Análisis del manejo, producción y comercialización del cuy (*Cavia porcellus* L.) en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 7(6), 1004-1018.
- Thompson, I. (2006). El mercado meta. *Fundamentos del marketing*, 1-8.
- Vázquez, M. R. P., FAUSTO, R. I. M., Solano, C., ZUGASTI, C. G. R. G., & VILLARREAL, D. Z. (1986). El proceso de la producción agrícola. *Boletín ECAUDY*, 13(77), 3-14.
- Zambrano-Flores, R. C., & Plaza-Macías, N. (2024). Impacto de las políticas agrícolas en el crecimiento económico del Ecuador. *MQRInvestigar*, 8(2), 3914-3934.

