

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Plan de negocios para la instalación de una granja de cuyes en el
caserío de Puentesilla - Chota

Tesis que presentan los bachilleres

Flores Novoa Keyla Yanira

Rodríguez Rodríguez Fanny

Asesor

Dr. Becerra Santa Cruz José Humberto

Para optar el título profesional de

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Lambayeque – Perú

Julio – 2023

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA DE CUYES EN EL CASERÍO DE PUENTESILLA - CHOTA

Resolución de sustentación N° 2029-2023

De fecha 19 de julio de 2023



Flores Novoa Keyla Yanira
Bachiller



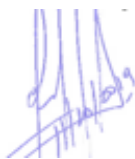
Rodriguez Rodriguez Fanny
Bachiller



Dr. Becerra Santa Cruz Jose Humberto
Asesor

Presentada para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Aprobada por el jurado:



Dr. Echeverría Jara José Foción
Presidente



M. Sc. Paz Villanueva José Francisco
Secretario



Dr. Roncal Díaz César Wilbert
Vocal

Agradecimiento

Agradezco a Dios por la vida, salud y sabiduría para obtener este logro profesional, a mis padres Hipólito y Jesús, hermanos y a mi tía Carmen por su apoyo desde el principio a fin.

A mis profesores de la facultad, en especial a mi asesor de tesis por su tiempo y dedicación y un agradecimiento infinito a mi compañera Fanny Rodríguez por la paciencia y ayuda mutua para lograr juntas esta etapa universitaria.

Keyla Yanira Flores Novoa

Agradecida con Dios, por haber permitido tener unos padres que me inculcaron principios, valores y su apoyo incondicional en diversos aspectos de mi formación profesional; a mi compañera de tesis por el gran equipo que formamos de inicio a fin de este proyecto; a mi asesor por el apoyo académico en el desarrollo de mi tesis; y, a la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, por contar con docentes de alto profesionalismo y conocimientos, que contribuyeron en mi formación profesional.

Fanny Rodríguez Rodríguez

Dedicatoria

La presente tesis la dedico a mis padres, Hipólito Flores y Jesús Novoa por su apoyo incondicional y su amor infinito permitiéndome lograr culminar satisfactoriamente mi carrera profesional de Administración.

A mi hermano Franz por su compañía durante los últimos ciclos, quien me enseñó a comprender y ver la vida con mayor madurez y responsabilidad y a mi hermana Milagros por ser el principal motivo e inspiración para lograr todas mis metas.

Keyla Yanira Flores Novoa

Mi tesis lo dedico a mis padres Julio y Clara, hermanas, abuelito Esteban y abuelita Matilde, que fueron mi mayor fortaleza en todo el tiempo de mi formación profesional.

Fanny Rodríguez Rodríguez

Índice General

Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice General.....	v
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras.....	xiii
Resumen.....	xv
Abstract	xvi
Introducción	17
Capítulo I: El Objeto de Estudio.....	19
1.1 Contextualización del Objeto de Estudio.....	19
1.1.1 Ubicación.....	19
1.1.2 Origen del problema.....	19
1.2 Características y Manifestaciones del Problema de Investigación.....	21
1.2.1 Antecedente Internacional	24
1.2.2 Antecedentes Nacionales	25
Capítulo II: Marco Teórico	28
2.1 Plan de Negocio.....	28
2.1.1 Definición de Plan de Negocio Según Autores.....	28
2.1.2 Tipos de Planes de Negocio.....	29
2.1.3 Estructura de un Plan de Negocios para una Nueva Empresa	30
Capítulo III: Desarrollo del Plan de Negocio	42
3.1 Análisis del Entorno.....	42
3.1.1 Análisis del Macroentorno.....	42

3.1.2	<i>Análisis del Microentorno</i>	48
3.2	Sondeo de Mercado	51
3.2.1	<i>Variables de Investigación</i>	51
3.2.2	<i>Clientes</i>	54
3.2.3	<i>Competidores</i>	55
3.2.4	<i>Proveedores</i>	55
3.3	Estudio de Mercado.....	56
3.3.1	<i>Mercado Objetivo</i>	56
3.3.2	<i>Demanda</i>	56
3.3.3	<i>Oferta</i>	60
3.3.4	<i>Balance Oferta – Demanda</i>	63
3.3.5	<i>Mercado a Cubrir</i>	64
3.4	Metodología Desarrollada.....	64
3.4.1	<i>Enfoque de Investigación</i>	64
3.4.2	<i>Diseño de Investigación</i>	65
3.4.3	<i>Población y Muestra</i>	65
3.4.4	<i>Fuentes, Técnicas de Recolección y Procesamiento de Datos</i>	66
3.4.5	<i>Procesamiento de Datos</i>	67
3.5	Resultados Estadísticos.....	68
3.6	Planeamiento Estratégico.....	86
3.6.1	<i>Análisis FODA</i>	86
3.6.2	<i>Visión</i>	88
3.6.3	<i>Misión</i>	88
3.6.4	<i>Valores</i>	88
3.6.5	<i>Objetivos Estratégicos</i>	88

3.6.6	<i>Estrategia de Negocios</i>	89
3.7	Plan de Marketing.....	89
3.7.1	<i>Producto</i>	89
3.7.2	<i>Precio</i>	91
3.7.3	<i>Distribución o Plaza</i>	92
3.7.4	<i>Promoción</i>	94
3.8	Plan Operacional.....	97
3.8.1	<i>Localización del Proyecto</i>	97
3.8.2	<i>Tamaño de la Granja</i>	99
3.8.3	<i>Distribución Interna del Galpón</i>	100
3.8.4	<i>Definición Técnica del Producto</i>	101
3.8.5	<i>Proceso y Manejo de la Producción del Cuy Tecnificado</i>	102
3.8.6	<i>Programa de Producción</i>	127
3.8.7	<i>Programa de Alimentación</i>	128
3.9	Plan Organizacional.....	129
3.9.1	<i>Datos Generales de la Empresa</i>	129
3.9.2	<i>Ámbito Legal</i>	130
3.9.3	<i>Organigrama de la Empresa</i>	131
3.9.4	<i>Descripción de la Estructura Orgánica y Plan de Recursos Humanos</i>	131
3.10	Plan Económico y Financiero.....	134
3.10.1	<i>Inversión</i>	134
3.10.2	<i>Financiamiento</i>	143
3.10.3	<i>Estudio de Ingresos y Egresos</i>	146
3.10.4	<i>Amortización de Intangible</i>	152
3.10.5	<i>Estructura de Costos</i>	153

3.10.6	<i>Punto de Equilibrio</i>	154
3.10.7	<i>Estados Financieros</i>	154
3.10.8	<i>Evaluación Económica y Financiera</i>	158
Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones.....		162
4.1	Conclusiones.....	162
4.2		
	Recomendaciones.....	¡Error! Marcador no definido.
Referencias.....		163
Anexos		169

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Definición de plan de negocio según autores</i>	28
Tabla 2 <i>Calidad nutritiva de la carne de cuy (100 gr)</i>	50
Tabla 3 <i>Recreos campestres y restaurantes de la ciudad de Jaén</i>	52
Tabla 4 <i>Recreos campestres y restaurantes de la ciudad de Chiclayo</i>	53
Tabla 5 <i>Granjas de cuy</i>	55
Tabla 6 <i>Proveedores de materiales e insumos para la granja</i>	56
Tabla 7 <i>Proyección de la población año 2012 – 2015</i>	57
Tabla 8 <i>Proyección de la población de la ciudad de Jaén y Chiclayo de 15 años a más</i>	59
Tabla 9 <i>Demanda estimada de carne de cuy de la ciudad de Jaén y Chiclayo para el periodo (2023- 2027)</i>	60
Tabla 10 <i>Granjas de cuyes representativas de la ciudad de Chiclayo y Cajamarca y productores menores</i>	61
Tabla 11 <i>Competencia directa</i>	62
Tabla 12 <i>Oferta proyectada</i>	63
Tabla 13 <i>Balance oferta – demanda</i>	63
Tabla 14 <i>Mercado a cubrir con nuestro proyecto</i>	64
Tabla 15 <i>Confiabilidad de Cronbach</i>	66
Tabla 16 <i>Confiabilidad de resultados</i>	67
Tabla 17 <i>Resumen metodológico</i>	68
Tabla 18 <i>Restaurantes y recreos campestres de la ciudad de Jaén y Chiclayo</i>	69
Tabla 19 <i>Registro en Sunat</i>	69
Tabla 20 <i>Meses con mayor demanda</i>	70
Tabla 21 <i>Meses con menor demanda</i>	71
Tabla 22 <i>Cantidad de platos vendidos semanalmente</i>	72
Tabla 23 <i>Precio de venta del cuy entero al público</i>	73
Tabla 24 <i>Tiempo que viene trabajando con este producto</i>	74
Tabla 25 <i>Decisiones de compra</i>	75
Tabla 26 <i>Principal característica en las que se fija al escoger el cuy</i>	76

Tabla 27 <i>Precio aproximado en el que compra el cuy</i>	77
Tabla 28 <i>Formas en que lo adquiere</i>	78
Tabla 29 <i>La compra es por</i>	78
Tabla 30 <i>Frecuencia con que adquiere los cuyes</i>	79
Tabla 31 <i>Cantidad de cuyes que adquiere por pedido</i>	80
Tabla 32 <i>Conformidad con el servicio de sus proveedores</i>	80
Tabla 33 <i>Medio de pago</i>	81
Tabla 34 <i>Problemas encontrados en la carne de cuy</i>	82
Tabla 35 <i>Principales proveedores de cuy</i>	83
Tabla 36 <i>Lugar de procedencia del cuy</i>	83
Tabla 37 <i>Adquisición a un nuevo proveedor</i>	84
Tabla 38 <i>Servicio delivery</i>	85
Tabla 39 <i>Recomendaciones de mejora</i>	86
Tabla 40 <i>Análisis Foda</i>	87
Tabla 41 <i>Precio de comercialización del cuy de la granja Puentesilla, Granja de Cuyes</i>	91
Tabla 42 <i>Parámetros reproductivos del cuy</i>	103
Tabla 43 <i>Producción de la progenie</i>	104
Tabla 44 <i>Registro poblacional de cuyes mensual</i>	111
Tabla 45 <i>Registro de control sanitario</i>	112
Tabla 46 <i>Registro de mortalidad</i>	112
Tabla 47 <i>Registro de alimentación de reproductores</i>	113
Tabla 48 <i>Registro de alimentación de recrias</i>	114
Tabla 49 <i>Registro de comercialización del cuy</i>	114
Tabla 50 <i>Registro de almacén-ingresos de insumos</i>	115
Tabla 51 <i>Registro de almacén-egresos</i>	116
Tabla 52 <i>Construcción de instalaciones para el funcionamiento de la granja</i>	117
Tabla 53 <i>Materiales para la construcción del galpón</i>	117
Tabla 54 <i>Materiales para la construcción del cerco perimétrico del terreno forrajero</i>	118
Tabla 55 <i>Inmuebles alquilados y compra</i>	118
Tabla 56 <i>Herramientas para la implementación del galpón</i>	119
Tabla 57 <i>Equipos para la implementación de la oficina</i>	119

Tabla 58 Equipos de sanidad y desinfección de la granja.....	120
Tabla 59 Equipos para la alimentación de los cuyes.....	120
Tabla 60 Enfermedades infecciosas más comunes del cuy.....	121
Tabla 61 Enfermedades parasitarias más comunes del cuy.....	122
Tabla 62 Medicamentos para prevención y tratamiento de enfermedades.....	123
Tabla 63 Consumo de alfalfa diario por cuy.....	125
Tabla 64 Consumo de alimento balanceado diario por cuy según etapas de producción.....	125
Tabla 65 Valor nutricional de la alfalfa.....	126
Tabla 66 Proyección de la producción anual.....	128
Tabla 67 Programa de alimentación balanceado.....	128
Tabla 68 Programa de alimentación de forraje.....	129
Tabla 69 Herramientas para la implementación y limpieza del galpón.....	135
Tabla 70 Maquinaria para la granja.....	135
Tabla 71 Equipos de oficina (en soles).....	136
Tabla 72 Equipo de sanidad y desinfección (en soles).....	136
Tabla 73 Equipo para la alimentación.....	137
Tabla 74 Resumen de requerimiento de equipos.....	137
Tabla 75 Requerimiento de muebles y enseres (en soles).....	137
Tabla 76 Artículos de oficina (en soles).....	138
Tabla 77 Artículos de limpieza (en soles).....	138
Tabla 78 Resumen de suministros diversos.....	138
Tabla 79 Construcción del galpón (en soles).....	139
Tabla 80 Construcción de almacén para alimentos.....	139
Tabla 81 Construcción de perímetro del área de forraje.....	139
Tabla 82 Resumen de las obras civiles.....	140
Tabla 83 Resumen de activos tangibles (en soles).....	140
Tabla 84 Trámites de constitución de la empresa (en soles).....	140
Tabla 85 Trámites para registro de marca (solo en soles).....	141
Tabla 86 Elaboración del proyecto de inversión (en soles).....	141
Tabla 87 Resumen del activo intangible (en soles).....	141
Tabla 88 Capital de trabajo (en soles).....	142

Tabla 89 <i>Inversión total</i>	142
Tabla 90 <i>Estructura de financiamiento (en soles)</i>	143
Tabla 91 <i>Cuadro de servicio de la deuda (en soles)</i>	145
Tabla 92 <i>Ingresos anuales por la venta de cuyes de recría (en soles)</i>	146
Tabla 93 <i>Ingresos anuales por la venta de cuyes adultos (en soles)</i>	146
Tabla 94 <i>Depreciación de activos y valor residual</i>	147
Tabla 95 <i>Presupuesto de materia prima (en soles)</i>	147
Tabla 96 <i>Presupuesto de mano de obra directa (en soles)</i>	148
Tabla 97 <i>Total de costos directos de producción (en soles)</i>	148
Tabla 98 <i>Presupuesto de mano de obra indirecta (en soles)</i>	149
Tabla 99 <i>Presupuesto de materia prima indirecta (en soles)</i>	149
Tabla 100 <i>Costos indirectos variables y fijos (en soles)</i>	149
Tabla 101 <i>Presupuesto de gastos de administración y ventas</i>	150
Tabla 102 <i>Resumen de costos indirectos de producción (en soles)</i>	150
Tabla 103 <i>Gastos financieros (en soles)</i>	151
Tabla 104 <i>Amortización de intangible</i>	152
Tabla 105 <i>Estructura de costos fijos y variables (en soles)</i>	153
Tabla 106 <i>Punto de equilibrio en unidades y soles</i>	154
Tabla 107 <i>Estado de ganancias y pérdidas económicas (en soles)</i>	155
Tabla 108 <i>Flujo de caja económico</i>	155
Tabla 109 <i>Estado de ganancias y pérdidas económico – financiero</i>	156
Tabla 110 <i>Flujo de caja económico – financiero</i>	156
Tabla 111 <i>Balance general</i>	157
Tabla 112 <i>Valor actual neto (flujo de caja económico en soles)</i>	158
Tabla 113 <i>Valor actual neto (flujo de caja financiero en soles)</i>	159
Tabla 114 <i>Tasa interna de retorno económico</i>	159
Tabla 115 <i>Tasa interna de retorno económico – financiero</i>	160
Tabla 116 <i>Flujo de caja económico para cálculo del periodo de recuperación</i>	161

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Mapa de ubicación del caserío Puentesilla</i>	19
Figura 2 <i>Proyección de la población de 15 años a más</i>	58
Figura 3 <i>Cuy raza Perú</i>	90
Figura 4 <i>Canal de distribución</i>	92
Figura 5 <i>Distancia entre Puentesilla - Chadín y Jaén</i>	93
Figura 6 <i>Distancia entre Puentesilla - Chadín y Chiclayo</i>	93
Figura 7 <i>Spot publicitario</i>	97
Figura 8 <i>Localización de la comunidad de Puentesilla-Chadín-Chota</i>	98
Figura 9 <i>Ubicación específica del lugar donde se construirá el galpón y sembrará la alfalfa</i> ...	99
Figura 10 <i>Distribución interna de la granja</i>	100
Figura 11 <i>Cuy raza Perú-criados en la granja Puentesilla, Granja de cuyes</i>	101
Figura 12 <i>Proceso productivo de la crianza de cuy tecnificado</i>	102
Figura 13 <i>Manejo integral de los cuyes</i>	106
Figura 14 <i>Reconocimiento del sexo del cuy</i>	109
Figura 15 <i>Diagrama de flujo de la producción del cuy</i>	110
Figura 16 <i>Logotipo de la empresa</i>	129
Figura 17 <i>Organigrama de la empresa</i>	131
Figura 18 <i>Flujo neto de caja económico anual</i>	158
Figura 19 <i>Flujo de caja económico –financiero</i>	159
Figura 20 <i>Granja Vargas Colina – Pomalca</i>	171
Figura 21 <i>Cuyes raza Perú criados en la granja Vargas Colina</i>	171
Figura 22 <i>Granja Irigoín Cusma-Pomalca</i>	172
Figura 23 <i>Cuyes raza Perú criados en la granja Irigoín Cusma</i>	172
Figura 24 <i>Granja Ortega -Pomalca</i>	173
Figura 25 <i>Cuyes raza Perú, criados en la granja Ortega</i>	173
Figura 26 <i>Granja La Fortaleza – Cajabamba</i>	174
Figura 27 <i>Cuyes raza Perú, criados en la granja La Fortaleza</i>	174

Figura 28 <i>Granja El Mirador – Chota</i>	175
Figura 29 <i>Cuyes raza Perú, criados en la granja El Mirador</i>	175
Figura 30 <i>Granja Cieza – Chota</i>	176
Figura 31 <i>Cuyes raza Perú, criados en la granja Cieza</i>	176
Figura 32 <i>Restaurante la Casita del Cuy-Chiclayo</i>	177
Figura 33 <i>Restaurante La Hacienda – Jaén</i>	177
Figura 34 <i>Recreo Campestre El Parral – Jaén</i>	178
Figura 35 <i>Recreo Campestre el Sabor del Cuy Jaeno-Jaén</i>	178
Figura 36 <i>Recreo Campestre Don Pancho-Jaén</i>	179
Figura 37 <i>Recreo Campestre La Fogata del Cuy-Jaén</i>	179
Figura 38 <i>Granja La Fortaleza abasteciendo el cuy al recreo campestre “EL Parral” en la ciudad de Jaén</i>	180
Figura 39 <i>Proveedor abasteciendo el mercado de Jaén</i>	180
Figura 40 <i>Jabas transportadoras del cuy hacia los mercados</i>	181
Figura 41 <i>Espacio para la construcción del galpón</i>	181
Figura 42 <i>Espacio forrajero para la alimentación del cuy</i>	182
Figura 43 <i>Reservorio de agua para el riego de alfalfa y bebederos del cuy</i>	182

Resumen

Se percibió una oportunidad de negocio ante una tendencia creciente de la necesidad de abastecimiento de cuy principalmente a los restaurantes y recreos campestres de la ciudad de Chiclayo y Jaén, del departamento de Lambayeque y Cajamarca respectivamente; y también ante la escasez de tecnificación en la producción de cuy por los productores existentes. Se planteó como objetivo general elaborar un plan de negocio para la instalación de una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla- Chota, que abastezca a los establecimientos de la ciudad de Jaén y Chiclayo. Se utilizó un diseño de investigación no experimental, teniendo como técnicas de recolección de datos a la encuesta, entrevista y análisis documental. En el plan de negocio se diseñó el planeamiento estratégico de la granja, el plan de marketing, el plan operacional donde se describió el proceso tecnificado de la crianza de cuyes, el plan organizacional y legal, y el diseño del plan económico y financiero donde se determinó la viabilidad económica y financiera obteniéndose un VAN económico de S/ 313 494.94 y un VAN financiero de S/ 374 731.75, también se obtuvo una TIR económica de 90 % y una TIR financiera de 100% y el periodo de recuperación de la inversión fue de 01 año, 5 meses y 23 días.

Palabras claves: Cuy, Plan de negocio, Crianza tecnificada.

Abstract

A business opportunity was perceived in the face of a growing trend in the need to supply guinea pigs, mainly to restaurants and country recreation in the city of Chiclayo and Jaén, in the department of Lambayeque and Cajamarca respectively; and also due to the lack of modernization in guinea pig production by existing producers. The general objective was to develop a business plan for the installation of a guinea pig farm in the hamlet of Puentesilla- Chota, which supplies the restaurants and country recreation in the city of Jaén and Chiclayo. A non-experimental research design was used, using survey, interview and documentary analysis as data collection techniques. In the business plan, the strategic planning of the farm was designed, as well as the marketing plan, the operational plan where the technical process of raising guinea pigs was described, the organizational and legal plan, and the design of the economic and financial plan where determined the economic and financial viability, obtaining an economic NPV of S/ 313 494.94 and a financial NPV of S/ 374 731.75, an economic IRR of 90% and a financial IRR of 100% were also obtained, the recovery period of the investment was 01 years, 05 month and 4 days.

Keywords: Guinea pig, Business plan, Technical breeding.

Introducción

En el presente informe de investigación se muestra el plan desarrollado para una idea de negocio que surgió al percibir una oportunidad para la comercialización de cuyes en los restaurantes y recreos campestres de Chiclayo y Jaén, pertenecientes al departamento de Lambayeque y Cajamarca respectivamente, en los cuales se realizó el estudio de mercado. Esta oportunidad fue percibida por el lado de la demanda en el sentido de que hay una tendencia creciente de la necesidad de abastecimiento de cuy, principalmente a los restaurantes y recreos campestres; así mismo, fue percibida por el lado de la oferta, en el sentido de que es escasa la producción de cuy tecnificado.

Para desarrollar el proyecto de la construcción y equipamiento de una granja de cuyes se eligió el caserío de Puentesilla- Chota debido a la disponibilidad de recursos necesarios como el terreno para la construcción del galpón y para el cultivo de la alfalfa para la alimentación del cuy, también se cuenta con fuentes hídricas, luz, internet y vías de acceso para facilitar la comercialización, además Puentesilla cuenta con un clima apropiado para la crianza de cuyes.

Para realizar la presente investigación nos formulamos la pregunta general ¿Es viable la instalación de una granja de cuyes en la comunidad de Puentesilla, y su comercialización en las ciudades de Jaén y Chiclayo?, así mismo nos planteamos las siguientes preguntas específicas: a) ¿existe mercado que permita instalar una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla-Chota?; b) ¿Cuál debería ser el proceso de crianza de cuyes tecnificado?; c) ¿Cómo sería el aspecto legal y organizacional para la instalación de una granja de cuyes en Puentesilla-Chota?; d) ¿Cuáles son las estrategias de posicionamiento y comercialización del cuy?; e) ¿Es viable económica y financiera la instalación de una granja de cuyes?.

Para responder a las preguntas antes mencionadas, se planteó como objetivo general: elaborar un plan de negocio para la instalación de una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla-

Chota que abastezca a los restaurantes y recreos campestres de la ciudad de Jaén y Chiclayo. Para lograr este objetivo se plantea como objetivos específicos: a) Realizar un estudio de mercado que permita determinar la viabilidad de instalar una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla-Chota; b) Describir el proceso de crianza de cuyes tecnificado; c) Realizar un estudio legal y organizacional para la instalación de una granja de cuyes en Puentesilla-Chota; d) Elaborar estrategias de posicionamiento y comercialización del cuy; e) Determinar la viabilidad económica y financiera para la instalación de una granja de cuyes.

Este informe está estructurado de la siguiente manera: En el capítulo I, se contextualiza el objeto de estudio, en el capítulo II se desarrolla el marco teórico, en el capítulo III, hace referencia al desarrollo del plan de negocio que abarca desde el análisis del entorno hasta el estudio económico y financiero; y en el capítulo IV se plasman las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Capítulo I: El Objeto de Estudio

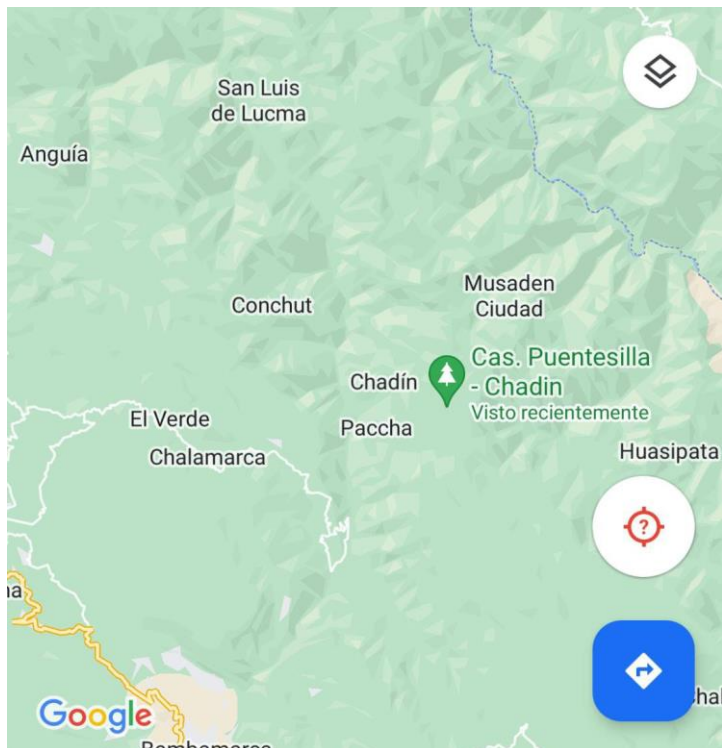
1.1 Contextualización del Objeto de Estudio

1.1.1 Ubicación

La granja se encontrará ubicada en el Caserío de Puentesilla, que pertenece al distrito de Chadin - provincia de Chota, región Cajamarca que se encuentra a 3200 msnm, es una zona rural y ganadera, con grandes extensiones de áreas verdes y fuentes hídricas

Figura 1

Mapa de ubicación del caserío Puentesilla



Nota. Figura tomada de Google maps (s.f) (GJ78+7H Cas. Puentesilla - Chadin, Chadin 06150.

1.1.2 Origen del problema

El cuy (*Cavia Porcellus*), es un mamífero roedor oriundo de la zona andina de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, es conocido con los nombres de Cobayo, curi, conejillo de indias y en

países de habla inglesa como Guinea Pig. Su crianza es generalizada en el ámbito rural para usarlo como un animal productor de carne para el autoconsumo. El cuy es un producto alimenticio de alto valor nutricional que contribuye a la seguridad alimentaria de la población rural de escasos recursos (Chauca et al., 1994).

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (2019) en el estudio “Potencial de Mercado de la Carne de Cuy 2019” Estados Unidos es uno de los países que más compra carne de cuy peruana con un 99.9 %, seguido de Japón, Canadá, Corea del Sur, Italia y Aruba que suman en conjunto el 0.1%. Desde el año 2000 Estados Unidos y Japón importan carne de cuy en carcasas empacadas al vacío, sin embargo, el Perú no tiene el suficiente asesoramiento técnico y productivo para poder satisfacer la demanda creciente de cuy.

En el Perú, el cuy está considerado como una especie tradicional y propia de nuestras serranías y se asevera que fue criado y consumido desde tiempos inmemoriales, ya que ha sido hallado dentro de los entierros de momias pre-Incaicas e Incas, en donde se ha evidenciado que su crianza y consumo fue muy importante para la población del Perú antiguo.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021) en su última encuesta Nacional Agropecuaria, la población de cuyes para el año 2017 tuvo un aumento de 213000 ejemplares en comparación al año 2016, la cifra fue de 17.4 millones de cuyes; siendo el Perú el mayor productor de carne de cuy en el mundo. La crianza y consumo de cuyes tiene mayor relevancia en la sierra del Perú, en la sierra norte en las regiones de Cajamarca, Lambayeque y la Libertad; en la sierra centro en las regiones Junín, Pasco, Huánuco y Lima y en menor cantidad en la sierra sur en Arequipa, Apurímac, Cusco, Huancavelica, Ica, Moquegua, Tacna y Puno.

El 19 de mayo del 2019, el director general de Ganadería del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri), Cristian Barrantes Bravo, mencionó que “Cajamarca es una zona estratégica para

la cadena productiva del cuy, por la calidad de sus suelos, pastos, clima y ubicación geográfica para la comercialización, por sus conexiones con la zona costera.

La principal actividad económica de la población del caserío de Puentesilla es la ganadería y venta de leche fresca de los mismos, seguida por la agricultura y la venta de animales menores, donde encontramos al cuy, el cual es comercializado entre los mismos pobladores para el consumo en actividades importantes de la comunidad, reuniones familiares y consumo ocasional ya que el cuy es el plato típico del lugar. Sin embargo, en este caserío hay escasa oferta de cuyes de calidad y condiciones sanitarias apropiadas. Este resultado es debido a que los productores de cuy lo hacen de manera empírica y tradicional.

En la actualidad, dentro de los problemas que se suscitan para la instalación de las granjas de cuyes, tenemos, encontrar un lugar adecuado para la ubicación de las granjas y contar con reservorios de agua, sin embargo, en el caserío de Puentesilla existen extensas áreas de terreno y fuentes hídricas disponibles para el cultivo de alfalfa y la construcción de un galpón para la crianza tecnificada de cuy.

Según lo antes mencionado urge la necesidad de realizar la presente investigación para aportar con un plan de negocio que ayude a promover la crianza tecnificada de cuy.

1.2 Características y Manifestaciones del Problema de Investigación

Actualmente el consumo de la carne de cuy se ha extendido hacia la costa y selva, por efecto de la migración de la población andina que ha llevado sus costumbres y tradiciones. Además, en los últimos años se ha impulsado y promocionado el consumo de cuy en dichas regiones por el alto valor nutricional de su carne.

En la zona norte del Perú, en las provincias de Jaén y Chiclayo existe un crecimiento constante del consumo de cuy, siendo uno de los principales platos típicos de su gastronomía de la

ciudad de Jaén y Chiclayo, ofrecido en los restaurants y recreos campestres, además son exhibidos en las diversas festividades que son símbolo de tradición en cada lugar.

El Centro Ecuménico de Promoción y Acción Social Norte (2016) afirma que en la región de Lambayeque y Cajamarca se incrementó la venta de cuy en un 161% y 233% respectivamente, este aumento se debe a las asesorías técnicas que reciben los productores por parte de CITE agropecuario CEDEPAS Norte.

Según el presidente de la Asociación de Cuyes de La región Lambayeque el Ing. Regulo Vásquez, en Jaén un solo restaurante semanalmente está vendiendo 3000 platos de cuy aproximadamente, siendo considerado uno de los mercados de cuy más sólidos y estables en la actualidad y en la ciudad de Chiclayo un restaurante está comercializando 2000 platos semanalmente de cuy.

Según Alma Noticias (2019), Cajamarca es el mayor productor de cuyes a nivel nacional, superando los dos millones de ejemplares, haciendo que en dicha región las autoridades pongan sus ojos en estos animales menores, para buscar frenar los altos índices de anemia que afecta especialmente a los niños.

Los productores de las provincias cajamarquinas de Cajabamba, San Marcos, Chota y Cutervo se han consolidado como referentes en el impulso de esta cadena económica, que genera trabajo seguro para miles de familias (Alma Noticias, 2019).

En este contexto, a pesar de existir una demanda creciente de consumo de cuy en Chiclayo y Jaén y un potencial de recursos para la producción en Puentesilla, resalta una escasa oferta de cuyes de calidad y en condiciones sanitarias no necesariamente apropiadas, debido a que los pobladores realizan la crianza de manera empírica y tradicional, es decir no utilizan métodos ni técnicas adecuadas de crianza para producir cuyes de calidad y lograr atender la demanda.

Entonces surge como pregunta de investigación ¿Es viable la instalación de una granja de cuyes en la comunidad de Puentesilla, y su comercialización en las ciudades de Jaén y Chiclayo? Así mismo surgen las siguientes preguntas específicas: a) ¿existe mercado que permita instalar una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla-Chota? b) ¿Cuál debería ser el proceso de crianza de cuyes tecnificado?; c) ¿Cómo sería el aspecto legal y organizacional para la instalación de una granja de cuyes en Puentesilla-Chota?; d) ¿Cuáles son las estrategias de posicionamiento y comercialización del cuy?; e) ¿Es viable económica y financiera la instalación de una granja de cuyes?

La presente investigación ha permitido la elaboración de un plan de negocio para la instalación de una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla-Chota, el cual nos ayudará a mejorar la crianza de cuy teniendo en cuenta las condiciones sanitarias y de calidad, realizando un proceso tecnificado, el cual, mejorará la producción, y así expandir la comercialización y consumo en los restaurantes y recreos campestres en las ciudades de Jaén y Chiclayo, siendo los principales beneficiados los consumidores, el personal técnico, administrativo y socios que formarán parte de la granja, mejorando su calidad de vida.

La elaboración de este plan de negocio permitirá desarrollar estrategias de posicionamiento mostrando una propuesta de valor extra, permitiendo así atraer la atención de inversionistas que apuesten por la producción y comercialización del cuy en el mercado peruano.

El alcance de este trabajo es la instalación de una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla – Chota para comercializar el cuy en los restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Jaén y Chiclayo.

Para responder a las preguntas antes mencionadas, se planteó como objetivo general: elaborar un plan de negocio para la instalación de una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla-Chota que abastezca el mercado de la ciudad de Jaén y Chiclayo. Para lograr este objetivo se plantea

como objetivos específicos: a) Realizar un estudio de mercado que permita determinar la viabilidad de instalar una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla-Chota; b) Describir el proceso de crianza de cuyes tecnificado; c) Realizar un estudio legal y organizacional para la instalación de una granja de cuyes en Puentesilla-Chota; d) Elaborar estrategias de posicionamiento y comercialización del cuy; e) Determinar la viabilidad económica y financiera para la instalación de una granja de cuyes.

En el desarrollo de este trabajo se tuvo los siguientes aspectos éticos objetividad, originalidad, veracidad y oportunidad.

1.2.1 Antecedente Internacional

La carne de cuy es un producto de trascendencia internacional, por su alto valor proteico, por tal motivo han sido encontrados diversos estudios y proyectos económicos que impulsan la crianza comercialización y consumo de cuy, convirtiéndose no solo en un plato muy agradable para quienes lo consumen, sino que la crianza de cuy es una actividad económica rentable.

Cando y Tipán (2017) en su tesis: Estudio de Factibilidad del Proyecto: Crianza, Producción y Comercialización de Cuyes como Alternativa de Mejoramiento de la Situación Socioeconómica de los Moradores de la Parroquia Lican, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, en su trabajo llegaron a la conclusión.

Mediante el estudio de mercado se determinó la viabilidad del proyecto, ya que se logró identificar una demanda insatisfecha de 50 528 cuyes en el año 2015 en el Cantón de Riobamba, y esta cantidad se va aumentando para los años posteriores en un porcentaje considerable. La población que consume más carne de cuy son los adultos y adultos mayores, quienes son conocedores de su sabor y beneficios nutricionales que posee esta carne.

El proyecto se ubicó en la parroquia de Licán, en el barrio El Lucerito, en la panamericana Norte, dado que el sector se podrá adquirir con mayor facilidad el forraje (alfalfa) y el balanceado,

en el sector se cuenta con un terreno amplio el cual permite que las instalaciones se las realice de manera adecuada para la actividad productiva. El proceso productivo se cumple en tiempos óptimos para cumplir con las actividades productivas planificadas.

El Proyecto es viable en términos monetarios ya que se obtuvieron indicadores como el VAN positivo con un valor de 45.058.89 dólares, dinero acumulado actualizado de los años de vida útil del proyecto; una TIR de 23% superior a la tasa mínima aceptable de rentabilidad TMAR de 16.68% lo que significa que la inversión retornara en un porcentaje superior al esperado.

1.2.2 Antecedentes Nacionales

Sánchez (2019) en su tesis Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de la Carne de Cuy en el Mercado Arequipeño, menciona lo siguiente.

Es viable implementar técnica y económicamente una empresa productora y comercializadora de carne de cuy en el mercado Arequipeño, por tal motivo es importante dar un valor agregado en la carne del cuy, con la finalidad de que los consumidores relacionen con una carne saludable y muy exquisita. Este producto tendrá como mercado objetivo a personas de ambos sexos económicamente activas, aprovechando también que va relacionado al constante incremento poblacional, y la necesidad de una demanda de alimentación que también crece de manera proporcional. Por otro lado, esta investigación no se hará solo para personas de consumo de la carne de cuy, sino también para un mercado potencialmente creciente, debido a que esta carne es muy rica en nutrientes y en sabor.

1.2.3 Antecedentes Locales

Ascurra y Corina (2016) en su tesis: Diseño de una Cadena de Suministros para los Productores de Cuy del Valle Condebamba - Cajabamba, para Incrementar su Nivel de Competitividad, plantearon los siguientes objetivos:

Realizar un diagnóstico situacional actual de la cadena de suministros en los productores de cuy, identificar técnicas de manejo de cadena de suministros para su mejora de competitividad y aplicarlas, además evaluar beneficio/costo de la propuesta de mejora de la cadena de suministros.

De este estudio se obtuvieron las siguientes conclusiones:

De la realización del estudio realizado a los productores de cuy del Valle de Condebamba, se identificaron, propusieron y aplicaron técnicas para el manejo de la cadena de suministros, Abastecimiento, Producción y Comercialización, obteniendo como resultado la reducción de costos de alimentación en un total de S/. 9754 soles, un VAN de S/. 46, 971.10 y una TIR del 49%.

Zambrano (2015) en su trabajo de investigación "Costos de Producción de la Crianza Artesanal y Tecnológica del Cuy (*Cavia Porcellus*) en Cajamarca" menciona:

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar los costos de producción de la crianza artesanal y tecnológica del cuy en la región de Cajamarca.

Es una investigación experimental, cuyo proceso consistió en dar capacitaciones a los productores semanalmente durante tres meses, a los cuales en la primera sesión se les hizo entrega de un modelo de costos de producción, en el que se colocó diariamente: la cantidad de alfalfa consumida, cantidad de concentrado consumido, costo por sanidad, costo por mano de obra empleada y el costo por depreciación de infraestructura y en las siguientes sesiones se realizó las exposiciones teórico práctico con la finalidad de determinar el costo de producción de los cuyes en la zona. Las conclusiones del presente estudio son: el costo de producción de la crianza artesanal y crianza tecnológica del cuy en Cajamarca es de S/. 15.20 y S/. 9.59 respectivamente. Los costos de producción en la crianza tecnificada es 37% menor que los costos de producción en la crianza artesanal.

Los costos de producción de una reproductora por trimestre y de un gazapo es de S/. 16.57 y S/. 5.03 respectivamente. Se recomienda en el mediano plazo, evaluar la alternativa de la

asociatividad con otros productores de cuy de la zona, con miras a estandarizar los procesos productivos, alcanzar economías de escala y generar una oferta considerable que permita crecer y abastecer la creciente demanda en este sector y capacitar frecuentemente a los productores de cuyes para llevar un mejor manejo del modelo de costos de producción.

Zambrano (2017) en su tesis Diagnóstico Situacional de la Crianza y Comercialización de Cuyes en el Distrito de Pítipa Provincia de Ferreñafe, Región Lambayeque manifestó que: En el distrito de Pítipa, perteneciente a Ferreñafe, se encuentra una asociación de productores de cuyes, cuyo objetivo es cubrir la demanda creciente del consumo de cuy en la provincia de Jaén, por ser considerado un lugar donde el consumo de carne de cuy es masivo, por tal motivo, es importante la integración de los productores de la zona y hacer un estudio de oferta y demanda (**Zambrano, 2017**).

La presente tesis tuvo como objetivos a), Realizar un diagnóstico del sistema de producción de cuyes en el distrito de Pítipa de la provincia de Ferreñafe en la Región Lambayeque y b) Realizar un diagnóstico del mercado de cuyes en la provincia de Jaén. Para tal efecto se hizo un diagnóstico a nivel de las granjas productoras de cuyes pertenecientes a la “Asociación de productores de cuyes Batan grande- Pítipa”, y a la vez se analizaron dos grupos de demanda de carne de cuy; el primer grupo referido a los consumidores de cuy de la ciudad de Jaén - Cajamarca; y un segundo grupo constituido por los restaurantes que en su menú venden carne de cuy (Zambrano, 2017).

Capítulo II: Marco Teórico

2.1 Plan de Negocio

2.1.1 Definición de Plan de Negocio Según Autores

Tabla 1

Definición de plan de negocio según autores

Año	Autor	Descripción
2009	Wenberger	El plan de negocio es un instrumento, redactado de clara, precisa y fácil, que se obtiene de un proceso de planeación. sirve para dirigir un negocio, porque refleja desde los objetivos que se quieren alcanzar hasta el desarrollo de las actividades diarias que se realizaran para lograrlos.
2008	Balanko	Es un documento que se usa para detallar el propósito y los proyectos del propietario, respecto a cada fase del negocio. Este instrumento se utiliza para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas.
2003	Pinson	El plan de negocios es una guía útil durante la existencia de un negocio, proporcionando las herramientas para el análisis de un negocio en implementar cambios.

Nota: Weinberger (2009); Balanko (2008) y Pinson (2003).

Elaboración: Autores del proyecto.

2.1.2 Tipos de Planes de Negocio

Plan de Negocio para una Empresa en Marcha. Este tipo de plan de negocios se utiliza para llevar a cabo la planificación y el control de la nueva sede de un negocio ya existente de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocio, incluida la nueva (Weinberger, 2009).

Este Plan de Negocio mostrará las fortalezas y debilidades, así como la capacidad de gestión del grupo empresarial de la empresa ya existente, cosa que un nuevo negocio no está en capacidad de hacerlo (Weinberger, 2009).

Plan de Negocio para Nuevas Empresas. Para una nueva empresa, el plan de negocio, es un instrumento de diseño que parte desde una idea inicial a la cual se va dando forma y estructura para poder desarrollarlo. En este plan de negocios a futuro se describirán las primeras ideas, los objetivos que se quieren alcanzar, las estrategias que serán utilizadas y las actividades diarias que servirán para el logro de las metas (Weinberger, 2009).

Plan de Negocios para Administradores. Este es un plan de negocios completo, que contiene toda la información al detalle, incluye objetivos, estrategias, políticas y procesos, programas y presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa, que permiten a tomar decisiones correctas (Weinberger, 2009).

Plan de Negocios para Inversionistas. Este plan de negocios es desarrollado con la finalidad de atraer la atención de los inversionistas. En este documento se encuentra al detalle la información financiera de la empresa en marcha o de la idea de negocio que refleja la factibilidad financiera y el retorno de la inversión que el posible inversionista pueda obtener al aceptar la propuesta (Weinberger, 2009).

2.1.3 Estructura de un Plan de Negocios para una Nueva Empresa

Según el libro “Plan de Negocios” de la autora Weinberger (2009), detalla la siguiente estructura.

Análisis del Entorno.

Macroentorno. Realizar un análisis detallado del entorno permite a los posibles inversores descubrir nuevas ideas de negocios, teniendo en cuenta que tan provechosa es la oportunidad y las amenazas a las que se estarían enfrentando. Los factores que se tienen en cuenta al momento de realizar el estudio son: políticos (apoyo del gobierno nacional, regional y local en las zonas rurales), económicos (crecimiento de la producción), sociales (crecimiento poblacional, educación y analfabetismo), tecnológicos (cambios tecnológicos, que ayudan a las organizaciones en todos sus procesos de distribución, producción, logística y talento humano) y legales (normativa vigente de la crianza de cuy).

Microentorno. En el análisis de microentorno, se ha tomado como referencia las 05 Fuerzas de Porter, se detallan a continuación.

Poder de Negociación de Clientes. Hace referencia al poder con que cuentan los compradores (clientes) para lograr precios bajos e impongan condiciones (Fundación Empresa Universidad de Alicante, 2017).

Rivalidad entre Empresas. En esta fuerza de Porter se menciona a los demás competidores del mercado que ofrecen el mismo producto y en el mismo sector (Fundación Empresa Universidad de Alicante, 2017).

Amenaza de los Nuevos Entrantes. Si los beneficios obtenidos en el sector por la venta de un determinado producto son elevados, origina que nuevas empresas quieran incursionar en

dicho mercado pudiendo generar una disminución de los beneficios del mercado (Fundación Empresa Universidad de Alicante, 2017).

Poder de Negociación de los Proveedores. A menos número de proveedores mayor será el poder de negociación de los mismos, además se tienen en cuenta aspectos del producto como la calidad, beneficios, o el costo de cambiar a un nuevo proveedor (Fundación Empresa Universidad de Alicante, 2017).

Amenaza de Productos Sustitutos. Significa que la existencia o aparición de productos similares que satisfagan la misma necesidad hará que los consumidores se ajusten al producto de precio menor desplazando al producto más caro (Fundación Empresa Universidad de Alicante, 2017).

Sondeo de Mercado. El sondeo de mercado es un instrumento importante que ayuda a los inversionistas a tomar decisiones a través de información oportuna y real, además facilita conocer y valorar en qué medida la nueva idea de negocio es importante para el cliente (Weinberger, 2009).

Hacer un sondeo de mercado es recomendable realizarlo cuando se lanza un nuevo producto o servicio para tener conocimiento acerca de los clientes, competidores y proveedores (Weinberger, 2009) .

Variables de Segmentación. Segmentar un mercado es dividir el mercado en partes bien específicas. Hablar de segmento de mercado hace referencia a un grupo de clientes que tienen un conjunto similar de necesidades y deseos (Weinberger, 2009).

Segmentación Geográfica. Esta variable fracciona al mercado en unidades geográficas, tales como naciones, regiones, provincias, ciudades o vecindarios. La empresa puede operar en una o varias áreas, o también puede hacerlo en todas (Weinberger, 2009).

Segmentación Demográfica. La segmentación demográfica es dividir el mercado en: edad, tamaño de la familia, ciclo de vida de la familia, género, ingresos, ocupación, escolaridad, religión, raza, generación, nacionalidad y clase social (Weinberger, 2009).

Estas variables demográficas son tan conocidas por los expertos en marketing ya que están relacionadas con las necesidades y deseos de los consumidores como edad, etapa de vida, género, ingresos, generación.

Clientes. Son aquellas personas físicas o jurídicas que adquieren un producto o solicitan y reciben un servicio, manteniendo una relación comercial con sus proveedores (Alcázar, 2017).

Existen algunas interrogantes que permiten realizar un sondeo de mercado respecto a los clientes.

Perfil del Cliente. ¿Qué tiempo lleva en el mercado?, ¿Qué actividad realiza?, ¿Dónde se encuentra?, ¿Cuál es el tamaño del mercado? (Alcázar, 2017).

Comportamiento del Cliente. ¿Cuándo realizan una compra?, ¿Cómo toman las decisiones de compras?, ¿Por qué comprarían el producto? (Alcázar, 2017).

Nivel de Aceptación del Producto. ¿Existe demanda insatisfecha?, ¿Qué características debe tener el producto para ser adquirido por los clientes potenciales?, ¿es posible satisfacer las necesidades de los clientes potenciales?, ¿Cuál es precio que está dispuesto a pagar por el producto?, ¿Cuál es la frecuencia de compra?, ¿Cuál es la demanda estimada proyectada?, ¿Cuáles serían los canales de distribución? (Alcázar, 2017).

Competidores. Son las empresas que venden el mismo producto o brindan el mismo servicio. Existen también los competidores indirectos los cuales ofrecen productos sustitutos, es decir que satisfacen las mismas necesidades del mercado (Alcázar, 2017).

Para el análisis de la competencia se pueden realizar las preguntas: ¿Quiénes son los competidores?, ¿Cuáles son los productos sustitutos?, ¿Dónde se encuentran los competidores?,

¿Qué productos venden?, ¿Cuánto venden al año?, ¿A qué precio venden su producto?, ¿Cuál es la diferencia del producto respecto al de la competencia?, ¿Cuál es su capacidad de producción?, ¿Qué canales de distribución usan?, ¿Cuál es la empresa líder del mercado? (Alcázar, 2017).

Proveedores. Son aquellas personas o empresas que suministran bienes o servicios para un determinado fin a otras empresas. Existen dos tipos de proveedores, aquellos que abastecen de bienes o artículos tangibles y los proveedores que brindan servicios a sus clientes, con el fin de cumplir con el desarrollo de sus actividades (Torres, 2021).

Para conocimiento de los proveedores es importante plantear las interrogantes: ¿Quiénes son los proveedores de insumos?, ¿Quiénes son los proveedores de materiales de construcción?, ¿Quiénes son los proveedores de medicina?, ¿Quiénes son los proveedores financieros?, ¿Quiénes son los proveedores de servicios? (Torres, 2021).

Demanda. Graddy, Krugman y Wells (2015) en su libro mencionan que la demanda hace referencia a los bienes o servicios que los consumidores desean adquirir a un precio determinado. La cantidad que un individuo comprara dependerá del precio, cuanto menos sea el precio mayor será la cantidad demandada

Oferta. Graddy, Krugman y Wells (2015) hacen referencia que la oferta son los bienes y servicios que los productores y/o fabricantes ponen a su disposición del mercado para la venta a un precio determinado.

Planeamiento Estratégico. Es definida como un proceso importante de las empresas, tiene por finalidad que las organizaciones se adaptan al entorno en que están ejecutando sus actividades de la forma más adecuada. La planificación estratégica consiste en tomar decisiones actuales para tener en cuenta lo que se va hacer después y obtener un futuro deseado (Jaramillo, Tacuri y Trelle, 2018).

En planeación estratégica se detalla los siguientes pasos.

Análisis Foda.

Es la evaluación y análisis del macroentorno (oportunidades y amenazas) y microentorno (fortalezas y debilidades) (Kotler y Keller, 2016).

Oportunidades y Amenazas. Una empresa puede tener tres fuentes de oportunidades que le permitan ingresar a su mercado meta: 1. Ofrecer un producto escaso, 2. ofrecer un producto ya existente, pero con valor agregado de acuerdo a las sugerencias de sus clientes potenciales y 3. Vender un producto nuevo y novedoso en el mercado (Kotler y Keller, 2016).

Las amenazas representan las situaciones poco favorables que tienen que enfrentar las empresas, para ello es necesario que se elaboren planes de contingencia que permitan prevenir o contrarrestar los posibles daños (Kotler y Keller, 2016).

Fortalezas y Debilidades. Las fortalezas y las debilidades de una nueva idea empresarial se determinan mediante el análisis y evaluación interna de las capacidades, conocimientos y los recursos que posee el equipo empresarial (Kotler y Keller, 2016).

Visión. Es lo que la empresa quiere ser en un futuro. Hace referencia al sueño amplio e importante del empresario en un periodo superior a tres (03) años y siempre va acorde con los objetivos que se quieren lograr (Weinberger, 2009).

Misión. La misión de una empresa es la razón de ser, y responde a las interrogantes: ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, ¿Para quién lo hacemos?, ¿Cómo lo hacemos?, ¿Dónde lo hacemos?, ¿Por qué lo hacemos?, ¿En qué creemos? (Weinberger, 2009).

La descripción de la misión debe ser breve, clara y precisa, y deben conocerla y recordarla todos los colaboradores de la empresa, pues es lo que la diferencia de la competencia (Weinberger, 2009).

Objetivos Estratégicos. Los objetivos estratégicos son determinantes en la planificación de una empresa. Se redactan teniendo en cuenta 3 condiciones: se establecen para toda la empresa, de manera permanente y en términos cuantitativos (medibles) (Weinberger, 2009).

Estrategia de Negocios. Las estrategias son las acciones a ejecutar para el cumplimiento de los objetivos planteados, se formulan en base a la interrogante: ¿Cómo se van alcanzar los objetivos propuestos y cómo voy a responder a la competencia? (Kotler y Keller, 2016).

Michael Porter propone tres estrategias genéricas.

Reducción y Liderazgo de Costos. Consiste en que las empresas deben tener los costos más bajos dentro de la industria donde realizan sus actividades, obteniendo de esta forma una alta rentabilidad como consecuencia de producir a bajos costos. Para ello las empresas deben tener en cuenta las economías de escala, las cuales ayudan a reducir los costos unitarios de los productos o servicios, la curva del aprendizaje, el uso de la infraestructura, la cadena de valor, la integración, las políticas de la empresa, ubicación y los factores gubernamentales (Kotler y Keller, 2016).

Diferenciación. Esta estrategia tiene como finalidad crear productos y brindar servicios diferentes con un valor agregado significativo para los grupos de mercado a los cuales está orientada la empresa, los cuales están dispuestos a pagar un precio adicional para gozar de la exclusividad. En la aplicación de esta estrategia las empresas deben tener mercados amplios de clientes y consumidores con el fin de construir nichos de mercado específicos (Kotler y Keller, 2016).

Enfoque. Esta estrategia está centrada en un segmento de mercado reducido, al que se le otorga un producto o brinda un servicio exclusivo según su necesidad a un precio accesible. Esta estrategia es aplicable en empresas con capacidad de producción mínima y están orientadas a un mercado pequeño (Szanto, 2017).

Alianzas estratégicas.

Plan de Marketing. El plan de marketing es un instrumento plasmado que resume lo que se sabe del mercado y muestra de cómo la empresa desea lograr sus objetivos de marketing. En el plan incluye directrices tácticas para los programas de marketing y financiamiento para todo el periodo establecido. Los planes de marketing cada vez son dirigidos a clientes y competidores. Incluyen aportes de actividades y son trabajadas en equipo (Keller y Kotler, 2006).

Para nosotros desarrollar un plan de marketing tenemos que tener toda la información de las siguientes preguntas: ¿Atributos de los productos que le dan valor al cliente?; ¿Perfil del cliente?; ¿Comportamiento del consumidor?; ¿Características de los competidores?; ¿A qué segmento de mercado está dirigido?; ¿Cantidad de posibles clientes potenciales? (Zorita, 2015).

Objetivos de Marketing. Para un plan es obligatorio tener sus objetivos: como primer objetivo está las ventas, luego se encuentra la diversificación de producto, los niveles de satisfacción del cliente, la participación en el mercado y el nivel de introducción de la empresa en la mente del consumidor (Zorita, 2015).

La Mezcla de Marketing. Es utilizada para posicionar un producto en el mercado. La mezcla de marketing se describe como las 4P: producto, precio, plaza y promoción.

Producto: cuando se describe el producto que es el primer instrumento de la mezcla de marketing, se tiene en cuenta lo siguiente: sus características, bondades, calidad, cantidad, disponibilidad del producto, atributos y beneficios que aporta el producto (Keller y Kotler, 2016).

Precio: Es tan importante definir el precio del producto y establecer políticas para fijar precio. Para fijar los precios se establecerá en relación a la estructura de costos de la empresa, los precios de la competencia, percepción de los clientes y los resultados económicos que desean obtener las empresas. Los ingresos son el resultado de las ventas (Keller y Kotler, 2016).

Plaza: También conocida como estrategia de lugar, quiere decir la manera de cómo se llegará al consumidor; para llegar a eso, tenemos que evaluar cuáles son los canales de distribución,

es decir: ¿se vende directamente a los clientes?; cuántos hay y cómo están distribuidos geográficamente?; ¿los distribuidores están asociados? (Keller y Kotler, 2016).

Promoción: el objetivo principal de promocionar es informar y dar a conocer al mercado objetivo las características del producto. Las estrategias de promoción están sujetas con actividades de publicidad, marketing directo, venta personal y promoción de ventas. Vender es hacer que los clientes compren el producto y para ello tenemos que convencerlos que el producto es bueno (Keller y Kotler, 2016).

Plan de Operaciones. Para dar inicio a las operaciones de una empresa, el inversor debe tener en cuenta que la infraestructura tiene que ser la adecuada, en una ubicación conveniente y asegurarse de que la producción y comercialización sea eficiente (Weinberger, 2009).

El plan de operaciones consta de objetivos, procesos de producción, estándares de producción y el presupuesto con el que se cuenta para su ejecución. El plan de operaciones abarca los siguientes aspectos (Zorita, 2015).

Desarrollo del Producto. El desarrollo de un producto se realizará teniendo en cuenta las exigencias del mercado. Para el logro del producto se realizan requerimientos de materiales e insumo de calidad, que satisfagan al cliente con la finalidad que el producto sea superior al de la competencia. El control en los procesos de una empresa hace que sea más eficiente (Jaramillo, Tacuri y Trelle, 2018).

Aspectos Técnicos del Producto. Especificaciones técnicas del producto: peso, información nutricional (Szanto, 2017).

Marca del producto: logotipo

Ubicación de la Empresa. El lugar en donde se ubica la empresa debe ser en un lugar donde se aprovechen los recursos con que se cuentan para satisfacer los requerimientos del negocio. Para

determinar la ubicación de una empresa se debe tener en cuenta: La cercanía de los clientes y proveedores de materiales e insumos, el acceso con los clientes, la facilidad para el acceso a servicios como agua, asistencia técnica y disponibilidad de contar con mano de obra adecuada (Jaramillo, Tacuri y Trelle, 2018).

Diseño y Distribución de las Instalaciones. El diseño y la distribución de las instalaciones se realiza en base a la adecuación y orden de cada uno de los procesos productivos, es decir, todos los ambientes físicos de la empresa, en donde se llevarán a cabo las actividades productivas y administrativas de forma eficiente. Una distribución adecuada hace que el proceso productivo sea ordenado, se ahorre tiempo en la ejecución de las actividades, la circulación de personas y traslado de materiales sea ininterrumpida, el ambiente sea limpio y cómodo, y que el espacio permita adecuarse acorde con la producción (Jaramillo, Tacuri y Trelle, 2018).

Producción Tecnificada de Cuy. Según el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA), La crianza tecnificada de cuyes requiere de asesoría técnica de manera permanente para prevenir enfermedades o brindar atención en el momento indicado. Una empresa que se dedica a la producción de cuyes tecnificada los separa según su edad, esto depende si son destetados, recría, o cuyes adultos listos para ser vendidos (Sánchez, 2019).

La distribución física está diseñada con jaulas o pozas hechas según el espacio requerido para los cuyes de acuerdo a su edad y categoría, pues es ahí donde permanecerán en todo el periodo de crianza. Para un proceso eficaz de producción se debe tener en cuenta 4 pilares: manejo, sanidad, alimentación y genética (Sánchez, 2019).

Crianza de Cuy Comercial - Tecnificada. La crianza de cuy comercial- tecnificada es aquella que su función principal es la venta, involucra mano de obra familiar y externa, y la alimentación proviene extensiones de terrenos cultivados y de alimento balanceado. Se hace uso de instalaciones equipadas para la permanencia de los cuyes (Montes, 2012).

Productividad en la Crianza de Cuy. Ureña (2020) en su tesis “Efecto de la asociatividad en la productividad de los productores de cuyes del distrito de Sapallanga - Huancayo 2019”, menciona que la productividad está determinada por el índice productivo, e influenciada por los parámetros de fertilidad, sobrevivencia al nacimiento, al destete y a la saca, tamaño de camada y número de partos anual.

Fertilidad. Es la capacidad de lograr reproducirse en cantidades abundantes. El término de fertilidad puede usarse al referirse a personas, animales o terrenos, teniendo en cuenta las diferencias entre lo que se produce o reproduce (Díaz, 2014).

Número de partos anualmente. Se refiere a la cantidad de veces que una reproductora tiene partos durante un año (Andina, 2019).

Sobrevivencia: se refiere a la cantidad de nacidos durante un año que logran sobreponerse a la tasa de mortalidad. La mortalidad hace referencia al número de muertes de una determinada cantidad de animales en un período de tiempo (Díaz, 2014).

Tamaño de Camada. Es el número de crías que nacen de una reproductora en cada parto durante un año. Este parámetro biológicamente se refiere con la cantidad de folículos que produce un cuy hembra en etapa reproductora, el porcentaje de óvulos implantados, abortos y la sobrevivencia de los embriones; también está influenciado por factores genéticos de la reproductora, del embrión y factores ambientales que afectan a ambos (Wagner y Manning, 1976) citado por (Díaz, 2014).

Estructura Organizacional. En la estructura organizacional se detalla la jerarquía dentro de la empresa. Se mencionan los puestos, las funciones y a las áreas correspondientes a donde deben acudir cada uno. Esta estructura permite conocer el funcionamiento de la empresa y el logro de metas. (Benavides, 2018).

Se refieren a la estructura como patrones establecidos entre cada una de las partes de la empresa (Kast & Rosenzweig, 1977).

Organigrama. Para Franklin (2009) los organigramas son graficas que dan a conocer la estructura interna de las empresas, sus relaciones, niveles jerárquicos y las funciones que realizan cada uno.

Un organigrama es un cuadro sintético que, a la estructura orgánica de la empresa, incluye las funciones, relaciones, medios de supervisión y autoridad de los trabajadores encargados de sus funciones (Terry, 2007).

Tipos de Organigramas.

Estructural. Son aquellos que tienen como finalidad representaciones graficas de su estructura y la conexión que se dan entre sus órganos (Franklin, 2009).

Funcional. Son aquellos que manifiestan cada unidad orgánica y sus procesos, nombre y sus principales funciones que deben realizar cada uno de ellas, facilitando la comprensión de dichas áreas orgánicas que la organización tiene (Franklin, 2009).

Tipos de Empresas en el Perú. “Diferencia entre SA, SAC, SRL, EIRL y SAA” (Gestión, 2023).

Sociedad Anónima (S.A). En este tipo de empresas la cantidad mínima de socios o accionistas es de 2 pero no hay una cantidad máxima. Este tipo de sociedad consta de los siguientes órganos: junta general de accionistas, gerencia y un directorio. El capital y las acciones están definidas por los aportes de cada socio (Gestión, 2023).

Sociedad Anónima Cerrada (SAC). Es un tipo de empresa dinámica y es más sugerida para una empresa familiar, pequeña o mediana, es muy común en el Perú. No tiene acciones en el Registro Público del Mercado de Valores. La cantidad de accionistas o socios como mínimo son 2 y como máximo 20. Los órganos de una SAC son la junta general de accionistas, gerencia y directorio (no es obligatorio) y el capital está definido por los aportes de cada socio (Gestión, 2023).

Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (SRL). En este tipo de organización la cantidad mínima de accionistas son 2 y la cantidad máxima de socios que pueden tener es de 20. Por lo general las empresas familiares pequeñas son las que optan por este tipo de sociedad y su capital es la suma de cada aporte de los socios y debe inscribirse en Registros Públicos (Gestión, 2023).

Empresa Individual De Responsabilidad Limitada (E.I.R.L). Existe un solo socio o accionista y figura como gerente general. Su capital está compuesto únicamente por el monto del solo aportante (Gestión, 2023).

Sociedad Anónima Abierta (S.A.A). La cantidad mínima de socios debe ser de 750, consta de una junta general de accionistas, gerencia y directorio. Mas del 35% del capital corresponde a 175 o más socios. En este tipo de empresa se realiza una oferta pública de acciones u obligaciones convertibles en acciones y deben estar inscritas en el registro de matrícula de acciones (Gestión, 2023).

Capítulo III: Desarrollo del Plan de Negocio

3.1 Análisis del Entorno

3.1.1 *Análisis del Macroentorno*

Factor Político. El estado a través de Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri) apoya a proyectos en comunidades rurales, tal es el caso de que en enero del año 2022, a través del Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural (Agro Rural) llevó a cabo la ejecución del proyecto: “Mejoramiento de los servicios de cobertura para la competitividad de productores de cuyes” en los departamentos de Cajamarca, Lima, Cusco, Moquegua, Ancash, Junín, Apurímac y Arequipa, siendo beneficiadas un aproximado de 2700 familias. Dicho proyecto tuvo como finalidad capacitar en temas como manejos de pastos y forrajes para la alimentación de cuyes, manejo reproductivo de cuyes, gestión empresarial y comercialización e inclusión de las mujeres en las organizaciones (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2022).

El Gobierno Regional de Cajamarca con ayuda del Midagri brindan apoyo en la producción y desarrollo de proyectos a esta región, considerándose como una de las regiones con mayor producción de cuyes (Servicio Nacional de Saneamiento, 2019).

En el caserío de Puentesilla – Chota existe escasa oferta de cuyes de calidad y condiciones sanitarias apropiadas, debido a que los productores desarrollan esta actividad económica de manera empírica y tradicional, a pesar del impulso y apoyo que brinda la Municipalidad través de capacitaciones y charlas con especialistas.

Factor Económico. Según la Encuesta Nacional Agropecuaria en el 2018, dio como resultado que los productores de animales menores se dedican principalmente a la crianza de aves y cuyes y que en el mismo año hubo un incremento de 0.7 puntos porcentuales en el número de familias que se dedican a esta actividad (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019).

Adicionalmente se obtuvieron los siguientes resultados: A nivel nacional hubo un incremento de 1 millón 282 mil cuyes y los pequeños productores aumentaron su población a 1 millón 221 cuyes (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019).

Según Edith Bernal Jiménez, directora ejecutiva de Promoción Agraria de la Gerencia Regional de Agricultura en el año 2019, declaró para Andina Noticias que los productores del departamento de Lambayeque crían aproximadamente 600000 cuyes que son vendidos en otras regiones y provincias tales como Tumbes y Jaén respectivamente, cuya actividad económica ha ido en crecimiento continuo. También indicó cifras de ventas que oscilan entre 25000 a 30000 cuyes mensualmente de los cuales alrededor de 15000 ejemplares son vendidos en la ciudad de Jaén, lugar donde semanalmente cada restaurante llega a vender un aproximado de 3000 platos de cuyes (Andina, 2019).

Adicionalmente Bernal Jiménez manifestó que en la ciudad de Chiclayo existe un incremento de restaurantes que están optando por la preparación de platos a base de cuy generando mayor consumo de esta carne debido al valor nutritivo que posee (Andina, 2019).

El Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri), en una nota de prensa a través de la oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional en enero de 2020 informo que el Perú en el año 2019 siguió siendo el mayor exportador de carne de cuy abarcando el 77.6% del mercado internacional. Para el 2019 las cifras de exportaciones tuvieron un crecimiento de 11.6 toneladas reflejándose un aumento del 16.6% respecto al año anterior (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2020).

Según Vásquez (2020); mencionó que en la ciudad de Chiclayo la producción de cuyes ha tenido una disminución significativa desde inicios de pandemia y los últimos acontecimientos de las lluvias. El presidente de la asociación de cuyes de la región Lambayeque, indicó que los precios para el 2023 se han incrementado, pues el precio de venta de cuyes logrados que en el año 2019 era de 24 soles y para el 2023 se ha incrementado a 30.00, al igual que los reproductores machos actualmente tienen un valor de 45.00 y las reproductoras hembras de 40 soles.

El alza de los precios del alimento balanceado es otro factor que han obligado a los productores de cuyes a elevar sus precios. Con esto refiere que la oferta actualmente es escasa en la región Lambayeque, pero nuevamente se está reactivando dicha actividad (Vásquez, 2020).

Factor Social.

Población de la Provincia de Jaén. En el Censo Nacional de Población y Vivienda en el año 2017, la provincia de Jaén tiene 185 532 habitantes, sin embargo, la ciudad de Jaén capital tiene 150371 habitantes según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017), además menciona que el 50 % de los habitantes residen en el área urbana, los demás radican en el área rural.

Los procesos de crecimiento demográfico experimentados en la Provincia de Jaén han contribuido a la consolidación de una demanda local y un mercado en expansión creciente, de gran atractivo para diversas inversiones, emprendimientos y actividades económico-sociales, particularmente, de origen local y regional.

Población de la Provincia de Chiclayo. Según el último censo poblacional Chiclayo es uno de los distritos que alberga el 22.6% de los habitantes lambayecanos (Andina, 2018). El crecimiento de la ciudad de Chiclayo ha hecho que se convierta en el núcleo principal de los demás lugares aledaños, siendo esta ciudad la más grande fuente de trabajo y comercio. En el área

metropolitana la población menos afectada es el distrito de Chiclayo, donde el total de pobres es 53,395 habitantes, cifra que representa el 20% de la población pobre.

La crianza de animales menores, tal es el caso de cuy, de manera tecnificada, con una visión comercial, ayudará a mejorar las condiciones de vida de los productores, a través del empleo, disminuyendo la pobreza, además esta actividad promoverá el consumo de cuy siendo esta una de las carnes con mayor valor nutricional, ayudando a erradicar la anemia e incluso prevenir enfermedades. “Puentesilla, granja de cuyes”, optará por una producción de calidad teniendo en cuenta los requerimientos del mercado, lo que permitirá establecer lazos comerciales

Factor Tecnológico. La tecnología ha dejado de ser solo para personas privilegiadas o un lujo, su uso se ha transformado en un mecanismo primordial en el entorno personal y empresarial. En un mundo tan dinámico y globalizado, las organizaciones deben ser eficientemente rápidas con todo su capital, la tecnología ha llegado para solucionar problemas y eliminar los obstáculos de las empresas a través de técnicas innovadoras y que son flexibles a las necesidades de cada una. Lo que antes demoraba semanas e inclusive meses, en la actualidad es factible terminar en unos cuantos minutos y sin mayor esfuerzo y complicación. Actualmente los emprendimientos se dan a conocer con un solo clic, mediante las redes sociales sin importar donde se encuentre el dueño o representante físicamente, se obtiene conocimientos a través de cursos y capacitaciones en línea, lo que facilita la adquisición del conocimiento para ser aplicado (Castro, 2016).

La tecnología también ha alcanzado a la domesticación de animales menores, donde encontramos al cuy, pues da la oportunidad de formar granjas con una visión integral y empresarial que permita generar rentabilidad al momento de la comercialización. La granja “Puentesilla, granja de cuyes”, aprovechará el alcance tecnológico para ofrecer un cuy de calidad, con conocimientos base en cuanto a la alimentación, la identificación y elección de la raza de cuy que se criará, su

valor comercial, así como la construcción de una infraestructura apropiada para la crianza y el cuidado desde la preparación del terreno para la alfalfa y sus respectivos cortes. “Puentesilla, granja de cuyes”, valiéndose de sus herramientas, recursos y apoyo con la asistencia técnica, será la primera granja de cuyes en el caserío de Puentesilla, dejando atrás el empirismo y la crianza tradicional.

Es por esta razón que, las medianas empresas en vías de desarrollo deben luchar cada día de ir de la mano con los avances tecnológicos y ser flexibles a ellos, con la finalidad de agilizar sus procesos y mantener una competitividad (Castro, 2016).

Factor Ecológico. El Perú continúa optimizando su situación dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU con miras al 2030. Esto quiere decir que las empresas privadas, públicas y líderes de todos los sectores industriales mejoran sus esfuerzos por desarrollar mejoras tanto en sostenibilidad, medio ambiente, bienestar social, entre otros (Escuela de Administración de negocios para graduados, 2018).

Para que este desarrollo sea posible en los próximos años, las funciones corporativas deben centrarse en las tendencias ambientales. Dos elementos que tienen una relación directa en un mundo en que la sostenibilidad es un aspecto clave en cualquier organización.

Según Walther Reátegui, docente del Diploma Internacional en Gerencia Ambiental de ESAN, mencionó que “las tendencias ambientales vienen tomando cuerpo en la gestión empresarial, observándose un esfuerzo sistemático para establecer políticas, procesos y presupuestos”. Con el único fin de integrarse al gran esfuerzo global hacia la conservación y asegurar un futuro del medio ambiente.

Las tendencias influyen en la gestión empresarial al demandar la incorporación de un operador ambiental que lidere el plan de trabajo que corresponda, manifiesta el experto. Esto

requiere de presupuesto y formas adicionales para formular, evaluar y ver resultados económicos y financieros de actividades específicas. Estas últimas están relacionadas de manera directa con la gestión ambiental (Escuela de Administración de negocios para graduados, 2018).

Por lo tanto, es importante que la organización cuente con un sistema de gestión que ayude con los riesgos, impactos y tratamientos, que tengan que ver con el medio ambiente. Para esto hay que contar con una serie de normas, tratados requisitos e inversión. Las funciones corporativas deben valerse de los principios y políticas que asuma la compañía en cuanto a sostenibilidad.

Por ejemplo, la granja “Puentesilla, granja de cuyes”, realizará la limpieza semanalmente a las jibas de cuyes para evitar la acumulación del guano y los malos olores. Una de las ventajas de esta granja es contar con su propio terreno forrajero el cual será abonado con el propio guano de la población de cuyes.

Este abono pasará por un proceso de descomposición, el guano será puesto en pozas de tierra llamadas composteras, y se mezclará con agua, luego se dejará por un aproximado de dos meses, tiempo en que el guano será removido hasta lograr convertirse en abono (humus) que tendrá una coloración negra, dicho abono será utilizado para alimentar el terreno de la alfalfa, logrando mayor fertilidad y una alfalfa de mejor calidad. El uso del guano de la población de cuyes ayudará a evitar la contaminación y será de provecho para los productores.

Factor Legal. Normativa peruana vigente para la crianza del cuy.

En el Perú existe una norma técnica para el manejo productivo de cuyes, denominado: Normas de Competencia del “Extensionista en el Manejo Productivo de Cuyes”, documento técnico que ha sido aprobado mediante el acuerdo N° 125-2016-CDAH, de fecha 19 de abril del 2017, el que aparece en la resolución No 159-2017-SINEACE/CDAH-P (El Peruano, 2019).

Este documento nos permite conocer y aplicar buenas prácticas de crianza de cuyes considerando la demanda, los modelos de calidad y oportunidad de mercado, para aumentar la productividad e ingreso de los productores.

Según el Decreto Supremo N° 401-2019-EF modifica el literal A del Apéndice I del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al consumo, donde menciona la exoneración del pago del IGV a la venta de cuyes vivos, entro en vigencia el 01 de enero del año 2020 (El Peruano, 2019).

3.1.2 *Análisis del Microentorno*

Poder de Negociación de los Clientes. Los restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Jaén y Chiclayo serán los principales clientes de la granja: “Puentesilla, Granja de cuyes”. A pesar del incremento de la producción de cuyes en algunos departamentos de Perú durante los últimos años, la oferta es insuficiente para abastecer una demanda creciente, por tal motivo, los productores han elevado su precio venta respecto a años anteriores. La crianza de cuyes es una actividad económica generadora de ingresos para muchas familias las cuales buscan organizarse para crecer y aumentar su nivel de producción en cantidad y calidad teniendo como referencia las exigencias del mercado.

Rivalidad entre Competidores. Actualmente existen productores de cuyes que abastecen a los recreos campestres y restaurantes de las ciudades de Jaén y Chiclayo, dichos proveedores se denominan como granjas, asociaciones y productores menores, los cuales se convierten en competencia directa de la granja “Puentesilla, granja de cuyes”.

En la ciudad de Chiclayo encontramos a los principales productores: granja de cuyes Frank Ortega (Pomalca-Chiclayo), granja Irigoin Cusma (Pomalca-Chiclayo), Granja Vargas Colina (Pomalca -Chiclayo) y Granja El invernillo (C.P El Invernillo-Pomalca).

En la provincia de Cajamarca y Chota, encontramos a los siguientes productores: y Granja Sanchez (Cajabamba- Cajamarca), Granja Cieza (Chalamarca-Chota), granja El Mirador (Chalamarca-Chota), Granja La Fortaleza (Cajabamba-Cajamarca), Granja Valdivia (Cajabamba-Cajamarca), Granja Barrios (Cajabamba-Cajamarca), Granja Reyes (Cajabamba-Cajamarca) y productores menores que abastecen a los mercados de las ciudades de Chiclayo y Jaén (Cajamarca)

La granja “Puentesilla, granja de cuyes”, para insertarse en el mercado de Jaén y Chiclayo, recogió datos de los mismo dueños y encargados de los establecimientos con el fin de conocer las falencias de sus proveedores y así evitarlas, convirtiéndose en su posible proveedor con producción de calidad.

Amenaza de los Nuevos Entrantes. Actualmente emprender se ha convertido en una necesidad para inversores con disponibilidad de capital y también para aquellas personas con conocimientos básicos, tal es el caso de profesionales zootecnistas, veterinarios o de carreras empresariales que buscan obtener ingresos por medio de emprendimientos. La creación e implementación de una granja de cuyes puede ser desarrollada en lugares rurales donde se aprovecharían los recursos disponibles del lugar, mano de obra y conocimientos adquiridos para que empiece a funcionar y penetrar en el mercado ya existente, donde la diferenciación es un plus para ser elegidos y negociar.

En el caserío de Puentesilla, la granja “Puentesilla, granja de cuyes” será la primera instalación de un galpón para producción de cuyes de forma tecnificada, convirtiéndose en un precedente para la aparición de nuevos competidores.

Poder de Negociación de los Proveedores. La granja “Puentesilla, granja de cuyes” comparará las medicinas para prevención y cura de las enfermedades que atacan a los cuyes en la ciudad de Chota, en el agro veterinaria “El Ganadero”, también compraran en tiendas de alimento balanceado y en tiendas de productos de desinfección.

La negociación con los proveedores ya mencionados se realizará debido a la calidad de sus productos, el stock que manejan y los precios. Establecer un vínculo de proveedor - cliente permitirá generar confianza a la hora de adquisición.

Amenaza de Productos Sustitutos. En el mercado existen diversas carnes que pueden sustituir a la carne de cuy: tales como: carne de cerdo, pollo, res, etc.; las cuales también son encontradas dentro de su carta de los establecimientos de comida de las ciudades de Jaén y Chiclayo.

Los productos sustitutos pueden ser elegidos debido al precio o gusto de los consumidores, pero hay que tener en cuenta que por tradiciones y arraigos de culturas el cuy es uno de platos preferidos debido a su valor nutricional y sabor exquisito.

Tabla 2

Calidad nutritiva de la carne de cuy (100 gr)

Especie	Proteínas (gramos)	Grasa (gramos)	Energía (kilo calorías)	Hierro (miligramos)
Cuy	20.02	7.8	96	1.9
Pollo	18.2	10.2	170	1.5
Vacuno	18.7	18.2	244	3
caprino	18.7	9.4	165	2
porcino	12.4	35.8	376	1.3

Nota: Loreto (2019).

Elaboración: Autores del proyecto.

3.2 Sondeo de Mercado

3.2.1 Variables de Investigación

Segmentación Geográfica.

Ciudad de Jaén. La ciudad de Jaén pertenece al departamento de Cajamarca, situada al norte del Perú a 729 msnm, su economía está basada en la agricultura, comercio, exportación de café, entre otros. Es un área donde hay una conexión intercultural entre la zona andina y la Amazonía. Esta ciudad tiene un alto consumo de cuy, porque es un plato típico del lugar y muy apetecible para sus pobladores (Instituto Nacional de Defensa Civil, 2005).

Ciudad de Chiclayo. Es una ciudad que está situada en la costa norte del Perú, pertenece al departamento de Lambayeque, con una población de 609400 habitantes según el INEI en el año 2022. Está situada a 27 msnm, es una mezcla de la modernidad y lo colonial y es considerada la “Capital de la Amistad”. El principal factor económico de la ciudad es el factor agropecuario, transporte y comercio siendo una ciudad comercial por excelencia. En Chiclayo existe un alto consumo de cuy debido a la procedencia de sus habitantes la parte sierra (Parlamento Andino, 2021).

Segmentación Demográfica.

Ciudad de Jaén. Jaén es una ciudad con un alto consumo de carne de cuy. Este plato es ofrecido en los restaurantes y recreos campestres. Según los datos obtenidos a través de la Municipalidad se mencionan a los siguientes establecimientos que ofrecen en su carta carne de cuy

Tabla 3*Recreos campestres y restaurantes de la ciudad de Jaén*

Nombre	Dirección
Recreo campestre "El Cuy Dorado"	Jaén
Recreo Campestre "Parral 1"	Jaén
Recreo Campestre "La Hacienda"	Jaén
Recreo Campestre "Parral 2"	Jaén
recreo Campestre "La Fogata Del Cuy"	Jaén
Recreo Campestre "La Casita Del Cuy 1"	Jaén
Recreo Campestre "La Casita Del Cuy 2"	Jaén
Recreo Campestre "La Tía Lola"	Jaén
Recreo Campestre "La Chozita Del Cuy"	Jaén
Recreo Turístico "7 Copas"	Jaén
Recreo campestre, "El Sabor Del Cuy Jaeno"	Jaén
Restaurante "El Cuy Parrandero"	Jaén
Recreo Campestre "Don Pancho 01"	Jaén
Recreo Campestre "Don Pancho 02"	Jaén

Elaboración: Autores del proyecto.

Ciudad de Chiclayo. Chiclayo es uno de los principales mercados de consumo de cuy, este producto es requerido por sus habitantes que migraron a dicha ciudad de partes de la sierra. A continuación, describiremos los establecimientos que ofrecen este producto.

Tabla 4*Recreos campestres y restaurantes de la ciudad de Chiclayo*

Nombre	Dirección
Restaurant. "El Rinconcito Jaeno"	Antenor Orrego 437- Chiclayo
Restaurant. "Los Reyes del cuy"	Los Guabos 251 Urb. Santa Victoria- Chiclayo
Restaurant. "Reyna del cuy"	Av. Sáenz Peña 2244- Chiclayo
Restaurant. "El Rincón del Cuy Chotano"	Carlos Horda 108- Chiclayo
Restaurant. " La Chotanita"	Av. Sáenz Peña N° 2208- Chiclayo
Restaurant. " El Sabor del Cuy"	Av. Elvira García y García N° 442-Chiclayo
Restaurant. " La Casita del Cuy"	Av. Chinchaysuyo N° 870- Chiclayo
Restaurant. "D'Chota"	Jr. Almirante Villar 100- la Victoria
Restaurant. "El Cuy Dorado"	Av. El Dorado Nro. 1560-Chiclayo
Restaurante "Don Shalo Chicharronería"	Calle Elvira García y García con Cipreses N° 190.
Restaurante "Fexticuy"	Av. Chinchaysuyo N° 495-La Victoria
Restaurante "Mixtura Chotana el Sabor del Cuy"	Jr. Leoncio Prado N° 1680-Chiclayo
Recreo campestre "El Mirador"	Panamericana Norte Km. 761-Chiclayo
Recreo Campestre "Aqua Park"	Panamericana Norte – Chiclayo

Elaboración: Autores del proyecto

3.2.2 Clientes

Perfil del Cliente. En la ciudad de Jaén el producto está dirigido a restaurantes y recreos campestres que ofrecen platos a base de carne de cuy, el tiempo que vienen realizando esta actividad en la mayoría de estos establecimientos es de 8 años, y otros nuevos que están ingresando al mercado en este rubro. Su actividad principal de estos locales es la comercialización de platos típicos y tradicionales de la región, localizados en la ciudad de Jaén y alrededores.

En la ciudad de Chiclayo el producto también está dirigido a restaurantes y recreos campestres que ofrecen en su carta especialmente platos a base de carne de cuy, el tiempo que vienen trabajando con este producto es mínimo 5 años, teniendo un lugar establecido, y hay otros que se están incursionando en el mercado. Su principal actividad económica es la venta de platos tradicionales y típicos de la región y están ubicados en la ciudad de Chiclayo.

Comportamiento del Cliente. Las personas que toman las decisiones de compra en los establecimientos en su mayoría son los dueños del local, ellos establecen su cronograma de compras según las necesidades de demanda que requieren. La actividad comercial de carne de cuy existe debido a la gran demanda que requieren. La actividad comercial de carne de cuy existe debido a la gran demanda de consumo en ambas ciudades, siendo uno de los platos preferidos por su sabor apetecible y nutritivo por su contenido de proteínas y bajo nivel de grasa en comparación a otras carnes.

Nivel de Aceptación del Producto. Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los dueños de los restaurantes y recreos campestres, se conoció que existe una demanda insatisfecha por la escasa oferta de cuy, por tal motivo, ofrecer un cuy joven, con un tamaño uniforme, un peso promedio y una textura de piel idónea, será atractivo para los clientes potenciales.

El precio del producto se establecerá según el costo de producción y flete por el traslado del cuy hacia los establecimientos y la frecuencia de compra será semanalmente, además la distribución se realizará de manera directa; es decir; productor - cliente

3.2.3 Competidores

Los competidores son los productores que venden cuy a los mercados de Jaén y Chiclayo.

A continuación, se mencionan los siguientes.

Tabla 5

Granjas de cuy

Razón Social	Dirección
Granja Ortega	Pomalca-Chiclayo
Granja Irigoin Cusma	Pomalca-Chiclayo
Granja Vargas Colina	Reque-Chiclayo
Granja El Invernillo	Invernillo-Chiclayo
Granja Sánchez	Cajabamba – Cajamarca
Granja De Cuyes El Mirador	Chalamarca – Chota
El Cuy de Cuyes Cieza	Chalamarca – Chota
La Fortaleza	Cajabamba – Cajamarca
Granja Valdivia	Cajabamba – Cajamarca
Granja Barrios	Cajabamba – Cajamarca
Granja Reyes	Cajabamba – Cajamarca
Productores menores	Cajamarca

Elaboración: Autores del proyecto

3.2.4 Proveedores

La granja “Puentesilla, Granja de Cuyes”, contará con diferentes proveedores, según la necesidad del establecimiento. A continuación, se describe los siguientes proveedores.

Tabla 6*Proveedores de materiales e insumos para la granja*

Tipos	Nombre	Dirección
Materiales de construcción	Ferretería "Medina"	Cajamarca
Alimento balanceado	"Nutri Cax"	Cajamarca
Medicina	Agroveterinaria "El Ganadero"	Chota
Materiales para la producción del cuy	"Acuagan Perú EIRL"	Cajamarca
Accesorios de oficina	"El Arca"	Cajamarca
Jabas transportadoras	Granja "Comero"	Cajamarca

Elaboración: Autores del proyecto

3.3 Estudio de Mercado

3.3.1 Mercado Objetivo

Está representado por los 28 restaurantes y recreos campestres, 14 se encuentran en la ciudad de Jaén y 14 en la ciudad de Chiclayo que ofrecen en su carta platos a base de carne de cuy.

3.3.2 Demanda

La demanda del cuy se estableció de manera indirecta a partir de las preferencias del consumidor final que establece la cantidad, calidad y precio de la carne de cuy y para ello se consideró la población urbana tanto de la provincia de Chiclayo y Jaén.

Cálculo de la Demanda Actual. Para el cálculo de la demanda se tomó en cuenta la cantidad poblacional de 15 años a más tanto de la ciudad de Jaén y Chiclayo, la cual representa el 71% del total de la población los 3 primeros años y 72% el cuarto año, basado en las proyecciones del censo de vivienda y población del año 2012 hasta el año 2015, como se muestra a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 7

Proyección de la población año 2012 - 2015

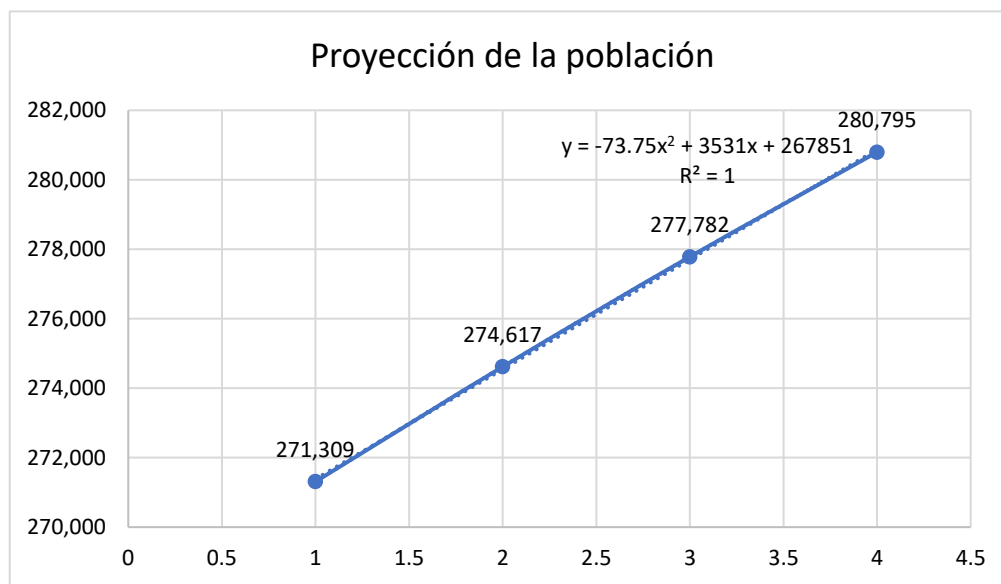
Detalle	Año			
	2012	2013	2014	2015
Jaén	286 105	288 063	289 956	291 777
Chiclayo	97 371	98 450	99 476	100 450
Total Población	383.476	386.513	389.432	392.227
% población de 15 ->64 años	71%	71%	71%	72%
Total, de población para estudio	271309	274617	277782	280795

Nota. Datos obtenidos del INEI

Proyección de la Población. Para determinar la población de la ciudad de Jaén y Chiclayo para los años siguientes hasta el año 2027 que es la fecha donde se cumple el horizonte del proyecto, se utilizaron datos referentes al 2012 hasta el 2015 obtenida de la página web del INEI, luego se hizo una proyección hasta el 2027, siendo el año donde finaliza el proyecto. La proyección de los datos se realizó con la ayuda del programa de Microsoft office (Microsoft Excel 2010) con la herramienta regresión lineal.

Figura 2

Proyección de la población de 15 años a más



Nota: El grafico representa la proyección de la población partiendo de su proyección histórica.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8

*Proyección de la población de la ciudad
de Jaén y Chiclayo de 15 años a más*

Año	Jaén y Chiclayo
2012	271 309
2013	274 617
2014	277 782
2015	280 795
2016	283 662
2017	286 382
2018	288 954
2019	291 379
2020	293 656
2021	295 786
2022	297 768
2023	299 603
2024	301 290
2025	302 830
2026	304 222
2027	305 467

Nota. Elaboración de los autores

Proyección de la Demanda de Carne de cuy en Kilogramos (kg). Una vez conocida la proyección de la población, para proyectar cuál sería la demanda de kg de carne de cuy al año 2027 se ha considerado como base el consumo per cápita nacional de 1.00 kg de carne de cuy/año por persona (según el MINAGRI para el año 2013). Sin embargo, según la encuesta realizada a los restaurantes y recreos campestres de Jaén y Chiclayo se deduce que el consumo

de cuy en estas ciudades por persona es mayor a un 01 kg anual debido a que es un plato tradicional en la ciudad de Jaén y en la ciudad de Chiclayo como consecuencia de los migrantes de la sierra que conservan sus tradiciones.

Tabla 9

Demanda estimada de carne de cuy de la ciudad de Jaén y Chiclayo para el periodo (2023- 2027)

Año	Cantidad Und
1	315372
2	317148
3	318768
4	320234
5	321544

Nota. Elaboración de los autores

Tener en cuenta que, para calcular la demanda de cuy en unidades para cada año, se consideró el peso promedio de cada cuy logrado para la venta el cual es de 0.950 kg.

3.3.3 Oferta

Oferta Actual. Para calcular la oferta actual de carne de Cuy del presente proyecto se ha considerado a las granjas más representativas tanto de la ciudad de Cajamarca como de la ciudad de Chiclayo y productores menores que abastecen a los restaurantes y recreos campestres de Jaén y Chiclayo.

A continuación, se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 10

Granjas de cuyes representativas de la ciudad de Chiclayo y Cajamarca y productores menores

Razón Social	Dirección	Oferta Anual (Und)
Granja Ortega	Distrito Pomalca-Chiclayo	24 000
Granja Irigoin Cusma	Distrito Pomalca-Chiclayo	26 400
Granja Vargas Colina	Distrito Pomalca-Chiclayo	14 400
Granja el Invernillo	C.P El Invernillo-Pomalca	50 400
Granja Sánchez	Cajabamba-Cajamarca	62 000
Granja de cuyes el mirador	Chalamarca-Chota	13 500
Granja de cuyes Cieza	Chalamarca-Chota	15 800
La fortaleza	Cajabamba-Cajamarca	86 400
Granja Valdivia	Cajabamba-Cajamarca	14 400
Granja Barrios	Cajabamba-Cajamarca	12 000
Granja Reyes	Cajabamba-Cajamarca	48 000
Productores menores	Cajamarca	40 000
Total		407300

Nota: Observación directa

Elaboración: Autores del proyecto

Competencia Directa. La competencia directa estará determinada por el porcentaje que abastece cada granja a los establecimientos de Jaén y Chiclayo (Ver Tabla N°11), debido a que mencionados proveedores distribuyen el cuy a otros lugares.

Tabla 11*Competencia directa*

Razón Social	Dirección	%	Oferta anual para Jaén y Chiclayo
Granja Ortega	Distrito Pomalca-Chiclayo	40%	9 600
Granja Irigoín Cusma	Distrito Pomalca-Chiclayo	40%	10 560
Granja Vargas Colina	Distrito Pomalca-Chiclayo	15%	2 070
Granja El Invernillo	C.P El Invernillo-Pomalca	60%	30 240
Granja Sánchez	Cajabamba-Cajamarca	65%	40 300
Granja El Mirador	Chalamarca-Chota	20%	2 700
Granja Cieza	Chalamarca-Chota	30%	4 740
Granja La fortaleza	Cajabamba-Cajamarca	65%	56 160
Granja Valdivia	Cajabamba-Cajamarca	20%	2 880
Granja Barrios	Cajabamba-Cajamarca	30%	3 600
Granja Reyes	Cajabamba-Cajamarca	60%	28 800
Productores menores	Cajamarca	30%	12 000
Total			203 650

Nota: Observación directa*Elaboración:* Autores del proyecto

Oferta Proyectada. Para calcular la oferta proyectada se ha considerado la competencia directa y la tasa de crecimiento proyectada de dicho sector, cabe recalcar que la cantidad de cuyes a nivel nacional se ha incrementado del año 2012 al 2017 en un 6.5% (IV Censo Nacional Agropecuario), cifra que demuestra el crecimiento constante de esta actividad cada año.

Tabla 12*Oferta proyectada*

Año	Cantidad (Und.)	Tasa de crecimiento	Oferta proyectada (Und.)
0	203 650	7%	216 887
1	216 887	7%	230 985
2	230 985	7%	245 999
3	245 999	7%	261 989
4	261 989	7%	279 018
5	279 018	7%	297 154

*Elaboración: Autores del proyecto***3.3.4 Balance Oferta – Demanda**

El balance oferta - demanda o demanda insatisfecha es la parte del mercado la cual aún no está cubierta; matemáticamente vendría a ser la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada.

Tabla 13*Balance oferta - demanda*

Año	Demanda Proyectada (Und)	Oferta Proyectada (Und)	Deficit (Und)
1	315 372	230 985	84 387
2	317 148	245 999	71 149
3	318 768	261 989	56 780
4	320 234	279 018	41 216
5	321 544	297 154	24390

Elaboración: Autores del proyecto

3.3.5 Mercado a Cubrir

En base a los datos obtenidos del balance oferta – demanda, el primer año se cubrirá el 5% de la necesidad insatisfecha, el segundo año un 9%, el tercer año el 13%, el cuarto año el 23% y el quinto año se cubrirá un 67% de la demanda insatisfecha. Cabe resaltar que los criterios que se tomaron en cuenta para cubrir dicho porcentaje para cada año serán en base a la capacidad máxima instalada de la granja y la cantidad de cuyes a producir por cada año.

Tabla 14

Mercado a cubrir con nuestro proyecto

Año	Deficit (Und)	Porcentaje	P. Mercado (Und)
1	84 387	5%	4 525
2	71 149	9%	6 301
3	56 780	13%	7 430
4	41 216	23%	9 512
5	24 390	67%	16 326

Elaboración: Autores del proyecto

3.4 Metodología Desarrollada

3.4.1 Enfoque de Investigación

Para la elaboración del plan de negocios, de la granja “Puentesilla, Granja de Cuyes”, se realizó una investigación donde se utilizó el enfoque mixto, tanto cuantitativo y cualitativo. El uso del enfoque cuantitativo inició con la idea de negocio y el planteamiento del problema, se procedió con la revisión de antecedentes, del cual se derivan hipótesis y se plantearon diseños para probar las mismas y se hizo una selección de la muestra de la cual se obtuvo información estadística para su análisis e interpretación de los resultados.

Se utilizó el método cualitativo principalmente en la investigación de mercado, ya que la información recolectada estuvo basada en perspectivas y puntos de vista de los participantes, se hicieron preguntas abiertas, además de utilizó de herramienta a la observación y entrevista con la cual se describió y analizó los temas de interés.

3.4.2 *Diseño de Investigación*

El diseño de la investigación que se utilizó fue no experimental, se basó en la observación de fenómenos tal y como se dieron en su contexto natural, se empleó el razonamiento hipotético-deductivo para conocer el proceso de producción de la crianza de cuy tecnificada, también se hizo uso del método descriptivo, porque se estudió cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y se utilizó el enfoque transversal o transeccional debido a que se recolectó datos en un solo momento, es decir, en un tiempo único.

3.4.3 *Población y Muestra*

Población. En una visita realizada a la Sub gerencia de Turismo de la Municipalidad de Jaén y Chiclayo, nos proporcionaron una lista de los restaurantes y recreos campestres que venden platos a base de carne de cuy; con dicha información se tuvo conocimiento que la población es igual a 14 establecimientos de la ciudad de Jaén y 14 establecimientos en la ciudad de Chiclayo.

La información obtenida indica la reafirmación del consumo de cuy en ambas ciudades.

Muestra. Se tomó a toda la población, es decir a los 14 restaurantes y recreos campestres de la ciudad de Jaén y 14 establecimientos de la ciudad de Chiclayo que ofrecen platos a base de carne de cuy.

3.4.4. Fuentes, Técnicas de Recolección y Procesamiento de Datos

Fuentes Primarias y Secundarias.

Fuente Primaria. Dueños y administradores de los restaurantes y recreos campestres y productores de cuy.

Fuente Secundaria. Libros, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis, artículos periodísticos y páginas en internet.

Técnicas e Instrumentos.

Técnicas.

- ✓ Encuesta
- ✓ Entrevista
- ✓ Análisis documental

Instrumentos.

- ✓ El Cuestionario
- ✓ Guía de entrevista
- ✓ Ficha de análisis documental

Análisis de Fiabilidad. El resultado obtenido después de aplicar el análisis de fiabilidad, es de 0,704.

Tabla 15
Confiabilidad de Cronbach

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,704	18

Nota: Resultados obtenidos del SPSS 23

Según el cuadro de Kuder Richardson, este resultado de confiabilidad se ubica en el rango de 0,72 a 0,99, teniendo excelente confiabilidad la aplicación del instrumento. El cuadro planteado por Richardson es el siguiente.

Tabla 16

Confiabilidad de resultados

0,53 a menos	Nula confiabilidad
0,54 a 0,59	Baja confiabilidad
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Perfecta confiabilidad

Nota. Según el cuadro de Kuder Richardson.

3.4.5. *Procesamiento de Datos*

Para el procesamiento de la información se utilizará una computadora y la hoja de datos Software SPSS para la tabulación de las encuestas.

Tabla 17*Resumen metodológico*

Variable	Dimensión	Indicadores	Fuentes de información	Ítems
Plan de negocios	Clientes	Perfil	Encuesta	1,2
		Hábitos		3, 4,5,6,7,8
		Marca		9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19
		Empresa		20,21,22
		Perfil		1,2
	Competidores	Crianza	Entrevista	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12
		Producción		13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24
		Ventas		25, 26
		Mercado		27, 28

Elaboración: Autores del proyecto**3.5. Resultados Estadísticos**

Clientes – Restaurantes y Recreos Campestres de la Ciudad de Jaén y Chiclayo.

Perfil de los Clientes de los productores: Restaurantes y Recreos campestres de la ciudad de Jaén y Chiclayo.

Tabla 18*Restaurantes y recreos campestres de la ciudad de Jaén y Chiclayo*

Denominación	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	cantidad	%	% válido	cantidad	%	% válido
Restaurantes	1	7,14	7,14	12	85,72	85,72
Recreo campestre	13	92,86	92,86	2	14,28	14,28
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

De acuerdo con los resultados obtenidos se observa que en la ciudad de Jaén el 7.14 % de los establecimientos visitados tienen la denominación de restaurante y el 92.86 % de los locales que venden platos a base de carne de cuy tienen la denominación de recreos campestre; en la ciudad de Chiclayo, el 85.72 % según los resultados de la encuesta se denominan restaurantes y el 14.28% se identifican como recreos campestres.

Tabla 19*Registro en Sunat*

Registro	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
Sunat	cantidad	%	% válido	cantidad	%	% válido
Si	13	92,9	92,9	14	100,0	100,0
No	1	7,1	7,1			
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

De los restaurantes y recreos campestres encuestados en las ciudades de Jaén y Chiclayo se observa que, en ambos lugares, la mayoría de los establecimientos se encuentra registrados en

Sunat, es decir cumplen con sus obligaciones tributarias; Chiclayo en un 100 % y Jaén en un 92,9 %.

Cabe señalar que la mayoría de los recreos campestres y restaurantes de ambas ciudades están registrados en la Sunat; esto les da seguridad a su negocio y beneficios económicos por parte del estado. A demás a los proveedores les permite incrementar su productividad y crecer como empresa.

Hábitos de los Clientes de los productores: Restaurantes y Recreos campestres de la Ciudad de Jaén y Chiclayo.

Tabla 20

Meses con mayor demanda

Meses con mayor demanda	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Enero a Marzo				7	50,0	50,0
Abril a Junio	6	42,9	42,9	5	35,7	35,7
Julio a Septiembre	2	14,3	14,3	2	14,3	14,3
Octubre a Diciembre	6	42,9	42,9			
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

Como se observa en la tabla N° 20, en la ciudad de Jaén 6 representantes de los establecimientos encuestados mencionaron que los meses con mayor demanda son de abril a junio, otros 6 indicaron los meses de octubre a diciembre lo que representa un 42,9 % respectivamente; y el 14.3% equivalente a dos restaurantes y recreos campestres, los dueños mencionaron que su mayor demanda es entre los meses de julio a septiembre.

En la ciudad de Chiclayo el 50 % de los representantes de los restaurantes y recreos campestres indicaron que los meses de mayor demanda son de enero a marzo, el 35.7 % mencionaron el periodo de abril a junio y el 14.3% a los meses de julio a septiembre.

El consumo de platos a base de carne de cuy es todos los meses del año, sin embargo, como se puede visualizar en la tabla N°20, existen meses con mayor índice de consumo de cuy en los restaurantes de ambas ciudades. Los dueños mencionaron que en fechas especiales o festivas y los fines de semana el consumo es mayor, por tal motivo se encuentran pendientes de la oferta del cuy para poder abastecerse.

Tabla 21

Meses con menor demanda

Meses con menor demanda	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Enero a Marzo	7	50	50			
Abril a Junio	1	7,1	7,1	3	21,4	21,4
Julio a Septiembre	4	28,6	28,6	5	35,7	35,7
Octubre a Diciembre	2	14,3	14,3	6	42,9	42,9
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

En la tabla N° 21, de los 14 establecimientos encuestados en la ciudad de Jaén 07 de los representantes mencionaron que los meses con menor demanda son de enero a marzo (50%), 04 manifestaron que su menor demanda es de julio a septiembre (28,6%), 02 de octubre a diciembre (14,3%) y 1 representante indico que sus ventas son menores en los meses de abril a junio en un (7,1%).

En la ciudad de Chiclayo en 06 establecimientos los representantes dieron a conocer que los meses con menor demanda son de julio a septiembre (42,9 %), seguido de 06 locales que ven disminuidas sus ventas en los meses de octubre a diciembre (35,7%) y solo en 03 establecimientos su menor demanda es en los meses de abril a junio (21,4%)

Según los dueños de los restaurantes y recreos campestres indicaron que estas cifras suelen variar, debido a los gustos y preferencias de los comensales al momento de elegir un plato. Como se puede observar en la tabla N° 21, el consumo de cuy es menor en algunos meses en relación a otros (ver tabla N° 21).

Tabla 22

Cantidad de platos vendidos semanalmente

Cantidad de platos vendidos semanalmente	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Cantidad	%	% válido	Cantidad	%	% válido
200 a 700	11	78,6	78,6	9	64,3	64,3
701 a 1200	1	7,1	7,1	3	21,4	21,4
1201 a 1700	2	14,3	14,3	2	14,3	14,3
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

En la tabla N° 22 se observa que en las ciudades de Jaén y Chiclayo la mayor cantidad de platos vendidos semanalmente es entre 200 a 700 platos con un porcentaje de 78,6% y 64,3% respectivamente; sin embargo, existen establecimientos que superan los 1200 platos semanalmente.

Estos resultados indican que el consumo de cuy es variable, la demanda puede ser mayor o menor, según los establecimientos, pues alguno de ellos es más reconocido que otros por su sabor y atención y otro factor son los días que más acuden los comensales a los restaurantes.

Tabla 23*Precio de venta del cuy entero al público*

Precio de venta del cuy entero al público	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Cantidad	%	% válido	Cantidad	%	% válido
45 a 50	13	92,9	92,9			
51 a 55	1	7,1	7,1	2	14,3	14,3
56 a 60				12	85,7	85,7
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

El 92.9% de los restaurantes y recreos campestres de la ciudad Jaén venden el plato de cuy entero a S/ 50.00 y el 7.1% a S/ 55.00, mientras que en Chiclayo en el 85.7% de los establecimientos visitados el precio de un plato de cuy entero esta entre el rango de S/ 56.00 a 60.00. El precio sigue siendo accesible para los consumidores, pues, su consumo sigue en aumento.

Según la información brindada por parte de los dueños de los restaurantes, mencionaron que el precio del cuy con respecto a años anteriores se ha incrementado en un 28% para ambas ciudades debido al aumento del costo del cuy vivo y demás insumos para su preparación.

Tabla 24*Tiempo que viene trabajando con este producto*

Tiempo que viene trabajando con este producto	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	cantidad	%	% válido	cantidad	%	% válido
1 a 4 años	2	14,3	14,3	4	28,6	28,6
5 a 8 años	4	28,6	28,6	7	50,0	50,0
9 a 12 años	4	28,6	28,6	3	21,4	21,4
13 a 16 años	1	7,1	7,1			
17 a más años	3	21,4	21,4			
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

De los representantes encuestados en Jaén, 04 de los establecimientos llevan entre 5 a 8 años ofreciendo en su carta carne de cuy (28.6%), seguido de 04 locales que llevan trabajando entre 09 a 12 años (28.6%); adicionalmente el 21,4 % de la muestra tienen más de 17 años comercializando este plato; sin embargo, existen restaurantes y recreos campestres que han ingresado al rubro gastronómico recientemente, teniendo un tiempo de funcionamiento entre 01 y 04 años (14.3%).

En la ciudad de Chiclayo el 50% de la muestra lleva entre 5 a 8 años ofreciendo en su carta platos de cuy, de 01 a 04 años un 28,6 %, y un 21,4 % de los locales tienen entre 9 a 12 años trabajando en la venta de carne de cuy.

En la tabla N° 24 se observa que hay establecimientos con menos de 4 años dedicados a la venta de carne de cuy, los cuales han optado por incluir este plato debido a la alta demanda de consumo, ya que es una tradición que se viene manteniendo y expandiendo en ambas ciudades. También existen locales que llevan más tiempo en el mercado, dando estabilidad y seguridad a sus proveedores y consumidores.

Marca (características del producto) de los Clientes de los productores: Restaurantes y Recreos Campestres.

Tabla 25

Decisiones de compra

Decisiones de Compra	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Dueño	10	71,4	71,4	13	92,9	92,9
Administrador	4	28,6	28,6	1	7,1	7,1
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

Según los resultados detallados en la tabla N°25, en su mayoría las decisiones de compra las toma el dueño del establecimiento. En la ciudad de Jaén el 71,4 % toma las decisiones el propietario y el 28.6% el administrador o encargado; mientras que en Chiclayo el 92,9 % mencionaron que los dueños son las personas encargadas de decidir las compras según sus necesidades, y el 7.1% manifestó que esa función esta delegada al administrador.

El tener conocimiento del encargado de decisiones de compra facilita la negociación de las cantidades y precio de venta de cuy a través de un trato directo.

Tabla 26*Principal característica en las que se fija al escoger el cuy*

Principales características que se fija al escoger el cuy	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Peso y tamaño	7	50,0	50,0	6	42,9	42,9
Raza y precio	3	21,4	21,4	5	35,70	35,70
Edad y textura de piel	4	28,6	28,6	3	21,4	21,4
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

Las características predominantes que los clientes exigen a sus proveedores según la tabla N° 26 en la ciudad de Jaén, en 07 restaurantes y recreos campestres exigen peso y tamaño (50 %), para 04 establecimientos lo predominante es la edad y textura de piel (28.6%) y 03 indicaron que la raza y el precio son las características más importantes (21.4%). En la ciudad de Chiclayo un 42,9 % de los locales visitados tienen en cuenta el peso y tamaño del cuy, un 35.7 % indicaron que al momento de comprar un cuy tienen en cuenta la raza y el precio, y un 21.4 % de los representantes encuestados, mencionaron que los rasgos principales son la edad y textura de la piel.

Esta información refleja que los clientes son exigentes con sus proveedores. La mayoría coinciden en que un cuy para ver vendido en los restaurantes y recreos campestres debe tener ciertas características que hagan a un plato de carne de cuy agradable y sea preferido por los comensales. El cumplir con las exigencias del mercado hace que tanto los productores como sus clientes sean beneficiados.

Tabla 27*Precio aproximado en el que compra el cuy*

Precio aproximado en el que compra el cuy	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Cantidad	%	% válido	Cantidad	%	% válido
25 a 30 soles	11	78,6	78,6	9	64,3	64,3
31 a 35 soles	3	21,4	21,4	5	35,7	35,7
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

En la tabla N° 27 se observa que el 78,6 % de los encargados y dueños encuestados de la ciudad de Jaén adquieren el cuy a sus proveedores a un precio que oscila entre S/ 25.00 y S/ 30 .00 y un 21.4% compran el cuy entre S/31.00 y S/ 35.00. En la ciudad de Chiclayo, el 64.3 % adquieren los ejemplares a un valor de S/ 25.00 y S/ 30 .00 y al 35.7% restante le cuesta entre S/31.00 y S/ 35.00.

Según los proveedores indicaron que los precios son variables, pues debido al incremento del costo de la producción los precios se han elevado respecto a años anteriores, sin embargo, la demanda sigue en aumento y al mismo tiempo los clientes se han vuelto más exigentes al momento de la compra (ver tabla N°26).

Tabla 28*Formas en que lo adquiere*

Forma en que lo Adquiere	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Vivo	7	50,0	50,0	7	50,0	50,0
Faenado	6	42,9	42,9	7	50,0	50,0
Ambas	1	7,1	7,1			
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

Se observa en los resultados obtenidos que en la ciudad de Jaén y Chiclayo el 50% de los establecimientos compran el cuy vivo, sin embargo, 06 restaurantes y recreos campestres de la ciudad de Jaén y 07 de la ciudad de Chiclayo, adquieren el cuy faenado (pelado), y en un menor porcentaje de 7.1% adquieren de ambas formas, según un representante de un establecimiento de Jaén.

Tabla 29*La compra es por*

Compra es por	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Unidad	13	92,9	92,9	13	92,9	92,9
Peso	1	7,1	7,1	1	7,1	7,1
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

De acuerdo con los siguientes resultados encontrados en la ciudad de Jaén y Chiclayo tenemos que el 92,9% indica que lo compra es por unidad y el 7,1% indica que lo compra es por peso.

Tabla 30*Frecuencia con que adquiere los cuyes*

Frecuencia con que adquiere los cuyes	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Diario	3	21,4	21,4	3	21,4	21,4
Semanal	11	78,6	78,6	9	64,3	64,3
Quincenal				2	14,3	14,3
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

En la ciudad de Jaén, según 03 de los establecimientos visitados su frecuencia de compra es diaria y en 11 de los locales su frecuencia es semanal; mientras que en la ciudad de Chiclayo 03 de los restaurantes indicaron que su adquisición es diaria, 09 compran cuyes semanalmente y 02 mencionaron que su compra es quincenal.

Según los dueños y representantes mencionaron que la compra de cuyes tiende al alza en algunos meses más que otros, pero todos los días venden platos de cuyes, por lo tanto, se abastecen de acuerdo a su demanda: diaria, semanalmente o quincenalmente y que sus negociaciones con sus proveedores son con anticipación para no quedar desabastecidos.

Tabla 31*Cantidad de cuyes que adquiere por pedido*

Cantidad de cuyes que adquiere por pedido	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
200 a 700	11	78,6	78,6	11	78,6	78,6
701 a 1200	1	7,1	7,1	3	21,4	21,4
1201 a 1700	2	14,3	14,3			
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

De la ciudad de Jaén el 78.6% de los encuestados mencionaron que la cantidad de cuyes que adquieren por pedido a su proveedor oscila entre 200 a 700 ejemplares, un 14.3% compran por pedido entre 1201 a 1700 cuyes y un 7.1% compra entre 701 a 1200 unidades por pedido. Por el contrario, en la ciudad de la amistad un 78.6% de los encuestados compran entre 200 a 700 cuyes por requerimiento y solo un 21.4% adquieren entre 701 y 1200 cuyes.

Los representantes indicaron que sus requerimientos son en base a los platos vendidos de carne de cuy.

Tabla 32*Conformidad con el servicio de sus proveedores*

Conformidad con el servicio del proveedor	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Si	8	57,1	57,1	9	64,3	64,3
No	4	28,6	28,6	2	14,3	14,3
A veces	2	14,3	14,3	3	21,4	21,4
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

En la ciudad de Jaén 08 de los dueños de los restaurantes manifestaron que, si están conforme con el producto de sus proveedores, 04 indicaron estar disconformes y 02 mencionaron que solo a veces. En la ciudad de Chiclayo, 09 de los locales visitados indicaron que si estas satisfechos con sus proveedores, 02 dijeron que no y 03 dieron a conocer que solo a veces están conformes con el servicio que reciben.

La información obtenida refleja que, si existen proveedores que cumplen con las características exigidas por sus clientes, sin embargo, los propietarios de los locales visitados indicaron que no son abastecidos al 100%. También, existen restaurantes y recreos campestres que no están conformes con sus proveedores, debido a los retrasos en las entregas y cuyos demasiado pequeños.

La disconformidad y la oferta escasa permitirá una oportunidad para otros productores de cuy para hacer negociaciones con posibles clientes e incursionar en el mercado de Jaén y Chiclayo.

Tabla 33

Medio de pago

Medio de pago	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Efectivo	10	71,4	71,4	10	71,4	71,4
Transferencia	2	14,3	14,3	2	14,3	14,3
Efectivo y transparencia	2	14,3	14,3	2	14,3	14,3
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

De acuerdo a los siguientes resultados encontrados en la ciudad de Jaén y Chiclayo tenemos que 71,4% indica que su pago es en efectivo, el 14,3% su pago es por transferencia y el 14,3% restante indica que trabaja con ambos medios de pago.

Tabla 34*Problemas encontrados en la carne de cuy*

Problemas encontrados en la compra de cuy	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Falta de uniformidad	8	57,2	57,2	11	78,6	78,6
Falta de continuidad en la entrega	2	14,3	14,3	1	7,1	7,1
Problemas sanitarios	1	7,1	7,1			
Ninguno	3	21,4	21,4	2	14,3	14,3
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

Uno de los principales problemas encontrados en la venta de cuy es la falta de uniformidad (tamaño), este resultado se observa en la tabla N°34 donde el 57.2% corresponde a Jaén y el 78.6% corresponde a Chiclayo. En un menor porcentaje hay problemas en la entrega a tiempo del producto, en la ciudad de Jaén el 14.3% indicó tener este problema y en la ciudad de Chiclayo solo el 7.1%; los problemas sanitarios también han sido encontrados en los cuyes, en el caso de Jaén el 7.1% de los encuestados mencionó haber detectado este inconveniente, sin embargo 03 dueños de restaurantes de Jaén y 02 de la ciudad de Chiclayo indicaron no tener ningún problema.

La información obtenida ayudará a mejorar la producción y comercialización del cuy de forma tecnificada para cumplir con la entrega de un cuy saludable y con las características exigidas.

Tabla 35*Principales proveedores de cuy*

Principales proveedores de cuy	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Granjas	11	78,6	78,6	12	85,7	85,7
Productores menores	2	14,3	14,3	2	14,3	14,3
Asociaciones	1	7,1	7,1			
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

Los principales proveedores de cuyes a los restaurantes de Jaén y Chiclayo son las granjas; 11 de los establecimientos de Jaén compran a granjas y 12 de los locales de Chiclayo también adquieren sus cuyes a granjas. Sin embargo, el 14.3% de ambas ciudades también realizan sus compras a los productores menores existentes; y el 7.1% de los recreos campestres de Jaén compra a asociaciones.

Tabla 36*Lugar de procedencia del cuy*

Lugar de procedencia del cuy	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Cajamarca	5	35,8	35,8	6	42,9	42,9
Cajabamba	2	14,3	14,3	1	7,1	7,1
Chota – Chalamarca				2	14,3	14,3
Chiclayo	3	21,4	21,4	4	28,6	28,6
Cutervo	1	7,1	7,1			
Jaén	2	14,3	14,3	1	7,1	7,1
Santa Cruz	1	7,1	7,1			
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

La mayoría de los representantes encuestados mencionaron que la mayoría de sus proveedores son de la región Cajamarca, especialmente de las provincias de Cajamarca, Cajabamba, Chota, Cutervo, Jaén y Santa Cruz, y algunas adquisiciones realizan de las granjas pertenecientes a la ciudad de Chiclayo.

Los dueños de los restaurantes manifestaron que optan por adquirir ejemplares de la parte sierra, debido a la alimentación con que son criados teniendo como resultado un sabor más agradable, y las condiciones climáticas en que habitan, permitiéndoles tener una vida más saludable a los cuyes.

Empresa de los Clientes de los productores: Restaurantes y Recreos campestres de la ciudad de Jaén y Chiclayo.

Tabla 37

Adquisición a un nuevo proveedor

Adquisición a un nuevo proveedor	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Si	9	64,3	64,3	13	92,9	92,9
No	5	35,7	35,7	1	7,1	7,1
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

Se obtuvieron los siguientes resultados: un 64.3% de los encuestados de la ciudad de Jaén si comprarían cuyes a un nuevo proveedor y un 35.7% menciona que no; en la ciudad de Chiclayo un 92.9% si están dispuestos a negociar con un nuevo proveedor y un 7.1% no cambiaría. Estos datos permiten a un nuevo proveedor aprovechar la oportunidad de hacer negociaciones con sus clientes permitiéndose crecer como empresa productora de cuyes.

Los dueños de los restaurantes indicaron que optarían por la adquisición a un nuevo proveedor con el fin de abastecer su demanda insatisfecha y evitar los problemas encontrados en la producción y comercialización de cuy (ver tabla N° 34).

Tabla 38

Servicio delivery

Servicio delivery	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Si	13	92,9	92,9	13	92,9	92,9
No	1	7,1	7,1	1	7,1	7,1
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

El 92.9% de los locales encuestados de ambas ciudades mencionaron que prefieren tener el servicio de delivery, es decir que sus requerimientos solicitados sean puestos en sus mismos establecimientos y solo un 7.1% dijo que no, pues optan por ir a recoger de la granja de sus proveedores.

En los establecimientos encuestados manifestaron que si optarían por comprar a un nuevo proveedor que brinda la facilidad de traslado de los cuyes hasta sus establecimientos en el tiempo optimo y según su requerimiento.

Tabla 39*Recomendaciones de mejora*

Recomendaciones de mejora	Ciudad de Jaén			Ciudad de Chiclayo		
	Frecuencia	%	% válido	Frecuencia	%	% válido
Tamaño y peso	6	42,9	42,9	6	42,9	42,9
Mayor producción	3	21,4	21,4	5	35,7	35,7
Precio	3	21,4	21,4	3	21,4	21,4
Edad	2	14,3	14,3			
Total	14	100,0	100,0	14	100,0	100,0

Elaboración: Autores del proyecto

Según los datos obtenidos, los propietarios de los restaurantes y recreos campestres hicieron recomendaciones de mejora, las cuales serán tomadas en cuenta por el nuevo proveedor; estas son: tamaño y peso óptimo de los cuyes tiernos, mayor producción para cubrir la demanda y precios accesibles que les permitan obtener rentabilidad.

3.6. Planeamiento Estratégico

3.6.1 Análisis FODA

Tabla 40*Análisis Foda*

Oportunidades	Amenazas
<p>O1. Menor oferta vs. Mayor demanda</p> <p>O2. Inexistencia de un proveedor de cuyes que lidere el mercado de Jaén y Chiclayo.</p> <p>O3. Expansión del consumo del cuy en el mercado peruano.</p> <p>O4. Aparición de nuevos clientes potenciales.</p> <p>O5. Inclinación hacia el consumo de carnes con alto valor nutricional y bajo contenido de grasa.</p>	<p>A1. Competidores posicionados en el mercado y aparición de nuevos competidores potenciales.</p> <p>A2. Enfermedades que atacan constantemente a la producción de cuyes (salmonella, linfadenitis, neumonía, ectoparásitos, etc.)</p> <p>A3. Desastres naturales causados por lluvias y heladas.</p> <p>A4. Crisis política y económica en el Perú relacionada a leyes o decretos que involucren a las MYPES.</p> <p>A5. Sucesos inesperados como huelgas, paros, bloqueos de carreteras que impidan la llegada a tiempo el producto a su destino.</p>
Fortalezas	Debilidades
<p>F1. Disponibilidad de terrenos para la instalación de la granja del cuy y el cultivo del pasto.</p> <p>F2. Disponibilidad de recursos hídricos y materiales para la instalación y funcionamiento de la granja de cuyes</p> <p>F3. Cuenta con personal capacitado para el manejo de producción y comercialización del cuy.</p> <p>F4. Vías de comunicación que facilitan la crianza y comercialización del cuy.</p> <p>F5. Aporte de los socios para el financiamiento de la granja.</p>	<p>D1. Empresa nueva en el mercado del cuy.</p> <p>D2. Falta de promoción para el consumo de cuy.</p> <p>D3. Inexistencia de transporte propio para el traslado del cuy a su destino.</p> <p>D4. Falta de posicionamiento en el mercado meta.</p>

Elaboración: Autores del proyecto

3.6.2 Visión

“Al año 2027, PUENTESILLA, GRANJA DE CUYES ser reconocida como empresa líder en el departamento de Cajamarca, por su calidad en la producción y comercialización de cuy.”

3.6.3 Misión

Somos una empresa que se dedica a la producción y comercialización de cuy, en base a la calidad, sabor y precio, haciendo uso de infraestructura tecnificada.

3.6.4 Valores

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Honradez
- ✓ Compromiso
- ✓ Respeto
- ✓ Puntualidad
- ✓ Lealtad
- ✓ Humildad

3.6.5 Objetivos Estratégicos

La granja de cuyes “Puentesilla, granja de cuyes”, se ha planteado los siguientes objetivos estratégicos:

- ✓ Incursionar en el mercado (restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Jaén y Chiclayo) con un cuy de calidad de acuerdo con las exigencias de los clientes.
- ✓ Posicionar a la granja, “Puentesilla, granja de cuyes” como la empresa líder en producción y comercialización de cuy.
- ✓ Aumentar la producción de cuy cada año para cubrir la demanda del mercado meta.

3.6.6 Estrategia de Negocios

Liderazgo de Costos. La granja “Puentesilla, granja de cuyes”, logrará reducir costos en la producción al tener una infraestructura adecuada y equipada para evitar los desperdicios del alimento de los cuyes, para su desarrollo óptimo en cada etapa para un mayor control.

Para los dueños de la granja, será más rentable el alquiler de un terreno productivo que cuenta con fuentes hídricas donde se realizará el cultivo de la alfalfa para la alimentación de los cuyes y la compra de un terreno para la construcción del galpón a precios accesibles.

Hacer uso de los recursos hídricos y fertilidad con que cuenta el terreno.

Diferenciación. La granja “Puentesilla granja de cuyes” utilizará esta estrategia diferenciándose de la competencia en cuanto al tamaño y peso del cuy, manteniendo la uniformidad de acuerdo con las exigencias de los clientes, la textura de la piel y sabor exquisito, mediante el cuidado y una adecuada alimentación en todo el proceso de crianza.

Enfoque. La granja “Puentesilla, granja de cuyes” se enfocará en abastecer los restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Jaén y Chiclayo que en su carta incluyen platos a base de carne de cuy por ser los lugares en el norte con mayor consumo.

Según información recabada la demanda es superior a la oferta.

3.7 Plan de Marketing

3.7.1 Producto

El cuy es un roedor que pertenece a la familia Cavidae, originaria de Perú y Bolivia, ubicada en la región andina de América, su peso llega a alcanzar entre 900 gr hasta a 1.200 kg. Existen variedad de razas de cuyes, entre las que destacan la raza Perú, raza Inti y raza Andina.

La granja, “Puentesilla, granja de cuyes”, ubicada en el distrito de Chadin – Chota, se dedicará a la producción de cuy de la raza Perú. Esta raza es considerada con un desarrollo muscular

bien marcado, algunos presentan un remolino en la cabeza, orejas caídas, sus ojos de color negro en su mayoría y algunos ejemplares color rojo. Para su comercialización el cuy raza Perú llegará a pesar 950 gr.

Figura 3

Cuy raza Perú



Nota. Raza pionera de cuy

Bondades Nutricionales de la Carne de Cuy. La carne de cuy destaca por su alto valor nutricional que contiene, es alto en proteínas y bajo en grasa, además contiene vitaminas y minerales que son esenciales para el cuerpo humano.

Según el (Centro Nacional de Alimentación y Nutrición del Instituto Nacional de Salud, 2022) del Ministerio de Salud (Minsa), mencionó que la carne de cuy contiene 78.1 % de agua; 19 % de proteína; 1.6 % de grasa; 1.2 % de minerales, 0.1% de carbohidratos y su contenido energético alcanza las 96 kilocalorías (Kcal), también contiene los siguientes minerales: Calcio (29 miligramos), Fósforo (29 mg), Zinc (1.57 mg) y Hierro (1.9 mg) y vitaminas como la Tiamina (0.06 mg), Riboflavina (0.14 mg) y la Niacina (6.50 mg).

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada a los dueños de los restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Jaén y Chiclayo, refieren que el consumo de carne de cuy es diario,

y que la oferta es inferior a la demanda, por tal motivo buscan abastecerse de productores cercanos, sin embargo, para ellos lo ideal sería contar con uno o dos proveedores que les brinden cuyes de calidad, un solo tamaño (uniformidad), una textura de piel idónea y tiernos.

Teniendo en cuenta las características, sus bondades nutritivas y tomando la oportunidad del mercado de una demanda superior a la oferta de cuyes, la granja “Puentesilla, granja de cuyes” ha optado por la producción y comercialización de este producto.

3.7.2 Precio

Tabla 41

Precio de comercialización del cuy de la granja Puentesilla, Granja de Cuyes

Clientes	Peso vivo	Precio (S/) Unitario
Restaurantes y recreos campestres de Jaén.	950 gr – 1.200 kg.	S/ 30.00
Restaurantes y recreos campestres de Chiclayo.	950 gr – 1.200 kg.	S/ 30.00

Elaboración: Autores del proyecto

La granja, “Puentesilla, granja de cuyes”, para incursionar en la venta de cuy a los restaurantes y recreos campestres y obtener una cuota de dicho mercado, iniciará con los precios de penetración; esta estrategia consiste en que ingresará con precios accesible acorde al mercado teniendo en cuenta los costos de producción y distribución para atraer a los clientes y obtener ventas.

Esta estrategia ayudará a la granja a iniciar su comercialización de cuyes de la raza Perú y al reconocimiento del nombre de la empresa resaltando siempre las características del producto.

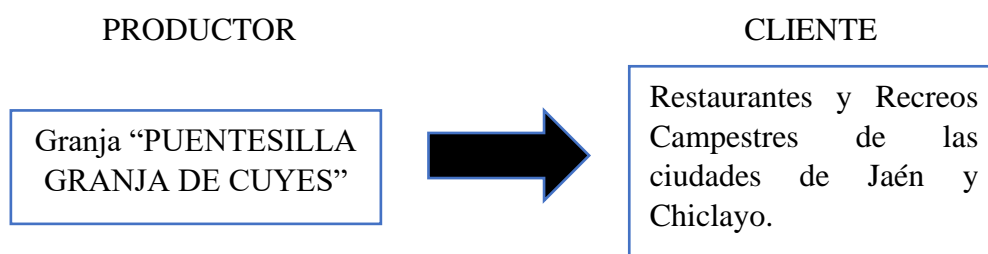
3.7.3 Distribución o Plaza

La comercialización del cuy tendrá lugar en los restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Jaén y Chiclayo registrados debidamente en la Sunat que comercializan platos a base de carne cuy, según el informe de encuesta aplicado.

Canal de Distribución. La granja “Puentesilla, Granja De Cuyes”, establece la siguiente distribución.

Figura 4

Canal de distribución



Elaboración: Autores del proyecto

La comercialización del cuy será de manera directa, desde la granja “Puentesilla, Granja de Cuyes” hasta los consumidores finales que son los restaurantes y recreos campestres sin intermediario alguno. La comercialización directa permite conocer las exigencias y requerimientos de los clientes, logrando lazos de fidelidad entre el productor y cliente.

Traslado del Cuy a los Clientes. La granja “PUENTESILLA GRANJA DE CUYES” trasladará el cuy hasta el cliente final mediante transporte terrestre disponibles en la localidad (camión, camioneta u otros) desde Puentesilla – Chadin hasta las ciudades de Jaén y Chiclayo. Para su traslado se utilizará jabs transportadoras plásticas donde se colocarán los cuyes para su comercialización en los establecimientos de los restaurantes y recreos campestres u otro punto acordado entre el productor y cliente.

Distancias entre la Granja y sus Clientes en Jaén y Chiclayo. La distancia que existe entre Puentesilla - Chadín y Jaén es de 6 horas, 59 minutos (252.4 km).

Figura 5

Distancia entre Puentesilla - Chadín y Jaén



Nota. Figura tomada de Google maps (s.f) (GJ78+7H Cas. Puentesilla – Chadín, Chadín 06150)

La distancia existente entre Chadín y Chiclayo es de 7 horas, 27 minutos. (287.7km)

Figura 6

Distancia entre Puentesilla - Chadín y Chiclayo



Nota. Figura tomada de Google maps (s.f) (GJ78+7H Cas. Puentesilla – Chadín, Chadín 06150)

3.7.4 Promoción

Como nuevo proveedor de cuyes que abastecerá los mercados de Jaén y Chiclayo, la granja utilizará medios publicitarios como redes sociales y red de contactos para dar a conocer su nombre “PUENTESILLA, GRANJA DE CUYES”, su ubicación geográfica y las características de su producto, además realizará negociaciones directas con los clientes para ejecutar la compra -venta.

Adicionalmente la granja se hará presente en ferias agropecuarias que se realizan con apoyo de la municipalidad y del ministerio de agricultura y riego (Midagri), con la finalidad de hacer crecer su proyecto a través de capacitaciones y financiamiento por parte del estado.

Posicionamiento del Cuy raza Perú en el Mercado de Jaén y Chiclayo. El cuy de la granja “PUENTESILLA GRANJA DE CUYES”. será de raza Perú, tendrá un tamaño uniforme, con un peso promedio de 950 gr a 1 kg., apto para la comercialización entre los 2 meses y medio a 3 meses de vida, su alimentación será a base de alfalfa, complementando esta alimentación con alimento balanceado que permite la conservación de su sabor natural, valor nutricional y textura de piel. La crianza del cuy cumplirá con las condiciones básicas de salud e higiene para prevenir enfermedades y cumplir con las exigencias de los clientes.

La granja “PUENTESILLA, GRANJA DE CUYES” utilizará la herramienta de publicidad para dar a conocer su producto, mediante las redes sociales y negociación directa con los restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Jaén y Chiclayo y participación en ferias agropecuarias y realizará una campaña de Pre – Lanzamiento la misma que se detalla a continuación.

Campaña de pre – lanzamiento de la granja “Puentesilla, granja de cuyes”, dirigida a los restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Jaén y Chiclayo.

Objetivos.

- ✓ Dar a conocer, de forma atractiva y eficaz a los restaurantes y recreos campestres que comercializan platos a base de cuy, el producto de la granja denominada “Puentesilla, granja de cuyes”.
- ✓ Dar inicio al posicionamiento en el mercado, como la mejor opción en venta de cuyes de calidad, cumpliendo con las exigencias requeridas de los recreos campestres y restaurantes de las ciudades de Jaén y Chiclayo.

Estrategia.

- ✓ **Producto.** Cuyes.
- ✓ **Marca.** “Puentesilla, granja de cuyes”
- ✓ **Objetivo.** Introducir en el mercado de las ciudades de Jaén y Chiclayo, la granja “Puentesilla, granja de cuyes”.
- ✓ **Tipo de Campaña.** Pre – lanzamiento.
- ✓ **Duración de la Campaña.** 01 mes
- ✓ **Público Objetivo.** El producto de la granja (Cuy), tiene como mercado meta los principales restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Jaén y Chiclayo, que su plato exclusivo son a base de carne de cuy.
- ✓ **Segmento Primario.** Restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Jaén y Chiclayo que comercializan platos a base de carne de cuy.
- ✓ **Tono.** Informativo

Plan de Acción. “Puentesilla, granja de cuyes”, es una granja nueva que busca incursionar en el mercado, razón por la cual se planteó realizar una campaña de pre- lanzamiento, para llegar a su mercado meta haciendo uso de los recursos con que cuenta, por ello, esta granja nueva optó por hacer un plan de acción el cual tendrá como finalidad, seleccionar los recreos campestres y restaurantes más representativos de las ciudades de Jaén y Chiclayo que comercializan platos a base de cuy. El plan está dividido en tres fases:

Coordinar con los dueños y/o representantes de los restaurantes y recreos campestres, hacer visitas previas y darles a conocer la campaña de pre- lanzamiento, invitándolos a ser partícipes del evento, brindando la oportunidad de presentar nuestro producto en sus mismos locales e incitándolos a dar inicio a la compra.

Llevar a cabo la realización del evento en los días establecidos en los restaurantes, dando a conocer a la granja “Puentesilla, granja de cuyes” y al producto como tal (cuy). La campaña de prelanzamiento está orientada al reconocimiento por parte del mercado meta y demás, a través de la publicidad, usando las piezas gráficas (afiches, banners) y la degustación como tal.

En la última fase, se requiere las opiniones y recomendaciones para generar citas o pedidos a través de un contacto permanente teniendo como apoyo los sitios webs y redes sociales, teniendo en cuenta que en la actualidad son uno de los medios principales para la información constante de productos para su pronta adquisición.

Medios y Tácticas. Digital e impreso: banners, catalogo digital, tarjetas y afiches.

Pauta en Medio Digital. Web site, donde se encuentre el catálogo actualizado de los ejemplares listos para venta e información adicional, redes sociales (Facebook e Instagram) las cuales son herramientas muy usadas para la publicidad.

Spot publicitario.

“Campaña de pre lanzamiento”

Figura 7

Spot publicitario



Elaboración: Autores del proyecto

3.8 Plan Operacional

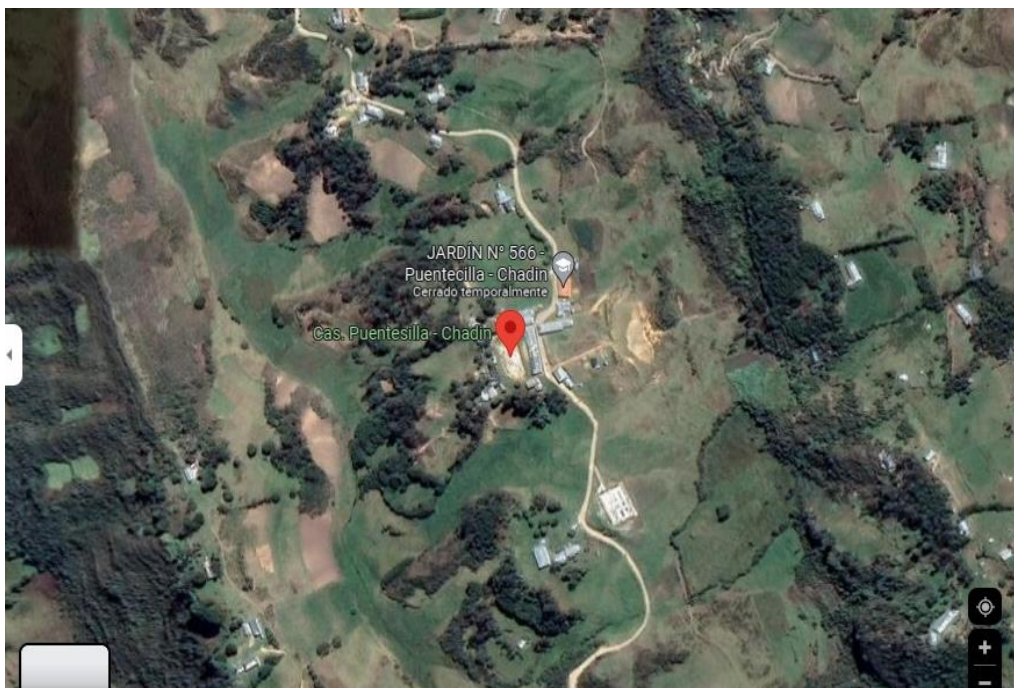
3.8.1 Localización del Proyecto

La granja “Puentesilla, granja de cuyes”, estará ubicada en el caserío de Puentesilla, perteneciente al distrito de Chadín, provincia de Chota. Puentesilla está ubicado a 3292 m.s.n.m, tiene una población de 500 habitantes que se dedican a la agricultura y ganadería y cuenta con extensiones de áreas verdes, fuentes de agua y cuenta con el servicio de energía eléctrica, internet

y acceso a las vías de comunicación (carreteras afirmadas), que unen a la ciudad de Chota, teniendo acceso a diferentes lugares tales como Jaén y Chiclayo.

Figura 8

Localización de la comunidad de Puentesilla-Chadín-Chota



Nota. Figura tomada de Google maps (s.f) (GJ78+7H Cas. Puentesilla - Chadín, Chadín 06150)

La comercialización de los cuyes producidos en la granja de Puentesilla será en las ciudades de Jaén y Chiclayo.

Ubicación Específica de la Granja.

Figura 9

Ubicación específica del lugar donde se construirá el galpón y sembrará la alfalfa



Nota. Fotografía – Puentesilla – Chota, noviembre del 2022

Elaboración: Autores del proyecto

3.8.2 *Tamaño de la Granja*

Este plan de negocio consiste en la instalación de una granja dedicada a producir y comercializar cuy de la raza Perú para abastecer a restaurantes y recreos campestres de las ciudades Jaén y Chiclayo. Según esta capacidad instalada, la producción será de 5000 ejemplares y el área que se utilizará para la crianza de cuyes será de 790 m². Esta área será utilizada para la construcción de un galpón, de un almacén para el alimento balanceado, forraje, herramientas de limpieza, y habrá un área destinada para medicamentos utilizados en la producción del cuy.

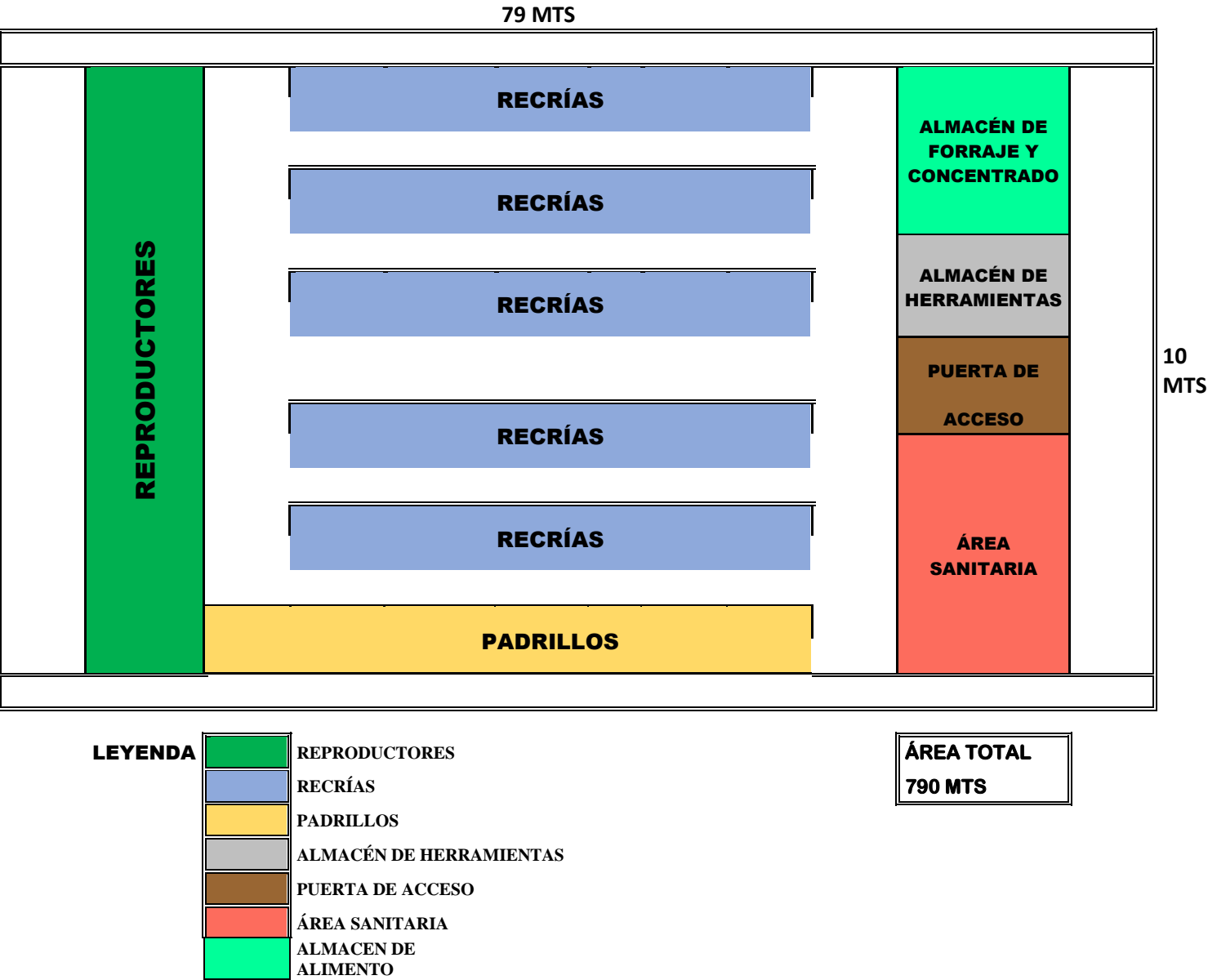
También se cuenta con un área de 10000 metros cuadrados para el cultivo de alfalfa, que servirá para la alimentación del cuy. Este proyecto tiene el reto de maximizar los elementos disponibles y generar ganancias económicas.

3.8.3 Distribución Interna del Galpón

La distribución interna del galpón será de la siguiente manera.

Figura 10

Distribución interna de la granja



Elaboración. Autores del proyecto

3.8.4 Definición Técnica del Producto

Figura 11

*Cuy raza Perú-criados en la granja
Puentesilla, Granja de cuyes*



Nota. Cuy raza Perú

Nombre Científico. *Cavia porcellus*

Nombre Comercial. Cuy raza Perú

Familia. Cavidae

Tamaño y Peso Comercial: El tamaño del cuy es en promedio de 20 cm a 40 cm / 0.9 kg. a 1.2 kg.

Valor Comercial. El cuy de la raza Perú es una de las especies de animales menores más producidas por las familias con un alto índice de comercialización en el Perú debido al incremento de su consumo. El cuy ha llegado a los mercados extranjeros, por la exquisitas de su carne y su alto valor nutricional.

Zonas Favorables para su Producción. El cuy es una especie criada en la costa y zonas altoandinas, sin embargo, los lugares más apropiados para su crianza son en la sierra, debido a su adaptabilidad a los climas fríos y el riesgo de que padezcan de enfermedades es menor.

Formas de Crianza. Existen dos tipos de producción de cuy: Crianza Familiar - Tradicional (criados en casa de forma empírica) y Crianza Tecnificada - comercial (crianza con asesoría técnica y en galpones adecuados).

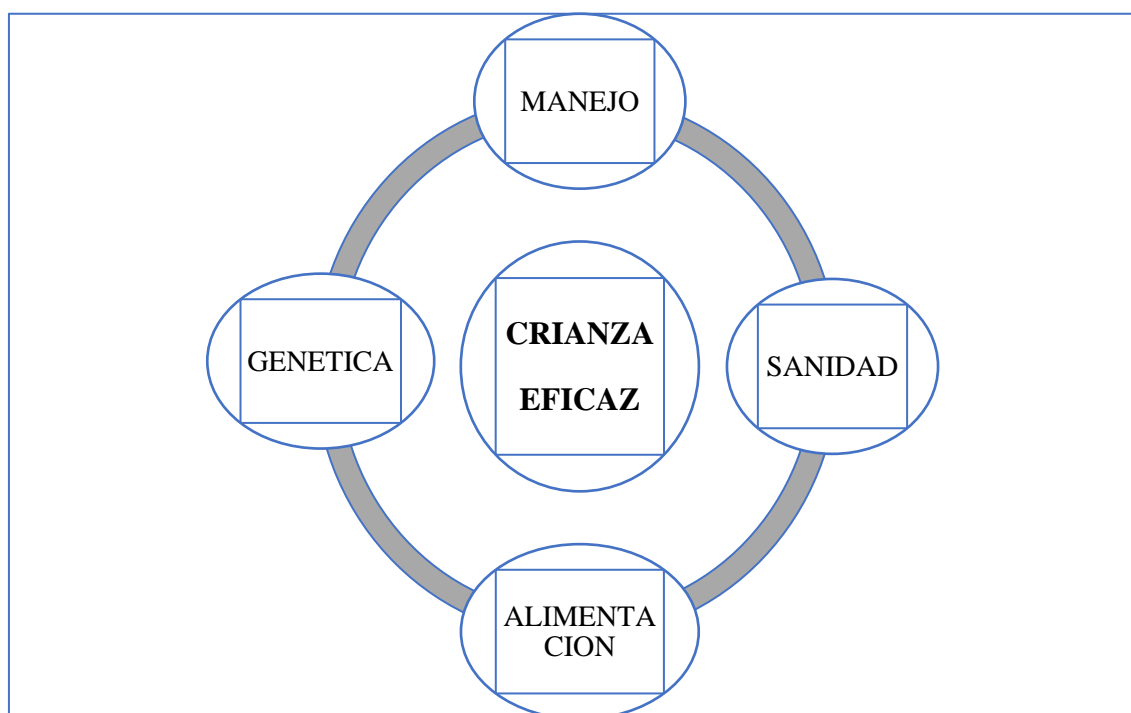
Regiones del Perú donde se crían Cuyes. Las regiones donde se dedican a la crianza de cuy son: Cajamarca, Lambayeque, La Libertad, Junín, Pasco, Huánuco, Lima, Arequipa, Apurímac, Cusco, Huancavelica, Ica, Moquegua, Tacna y Puno.

3.8.5 *Proceso y Manejo de la Producción del Cuy Tecnificado*

Proceso de Producción del Cuy. Se deben tener en cuenta cuatro pilares (Ataucusi, 2015).

Figura 12

Proceso productivo de la crianza de cuy tecnificado



Elaboración. Autores del proyecto

Genética. La raza de cuy que se criará en la granja “Puentesilla, Granja de Cuyes” es la raza Perú.

Cuy Raza Perú. Una de sus características principales es que son buenos productores de carne, su peso y desarrollo muscular es muy marcado, crecen rápidamente y se adaptan a diferentes ecosistemas desde el nivel (costa) hasta una altitud de 3500 msnm (sierra). El color que lo identificada es alazán (naranja) con blanco y de pelo liso, tiene rasgos físicos muy singulares como las orejas caídas, ojos negros y hay otros de ojos color rojo y algunos presentan un remolino en la cabeza.

Tabla 42

Parámetros reproductivos del cuy

Características		
Fertilidad promedio	95%	
Tamaño de camada (1er parto)	2.22 crías	2 crías
Tamaño de camada (promedio por parto 4)	2.61 crías	3 crías
Empadre – parto	108 días	
Periodo de gestación	68 días	
Gestación postparto	54,55%	

Nota. Ataucusi (2015)

Tabla 43.*Producción de la progenie*

Peso de crías	
Peso vivo al nacimiento	176 gr
Peso vivo al destete	326 gr
Peso vivo a la semana 8, en machos	1.041 gr
Mortalidad	
Lactantes	10%
Recrías	8%
Reproductores	2%
Manejo de reproductores	
Edad al empadre hembras	75 días
Edad al empadre machos	105 días
Rendimiento de carcasa	73%

Nota. Ataucusi, (2015).**Índice productivo (I.P).** 0.85**I.P.** N° de crías destetadas/ hembras empadradas x mes**Manejo.**

Tipo de Crianza. El tipo de crianza que se desarrollará en la Granja “Puentesilla, Granja De Cuyes” es un sistema de crianza comercial-tecnificado, en la cual se hará una inversión en la construcción de una infraestructura adecuada (galpón) de crianza, en jabs de madera y malla, equipadas con bebederos, comederos y gazaperas, para que puedan vivir los ejemplares adquiridos y producidos.

Se realizará la compra de los reproductores machos y hembras para el inicio de la producción de la granja de cuyes “El Mirador”, ubicada en la ciudad de Chota, debido a que los

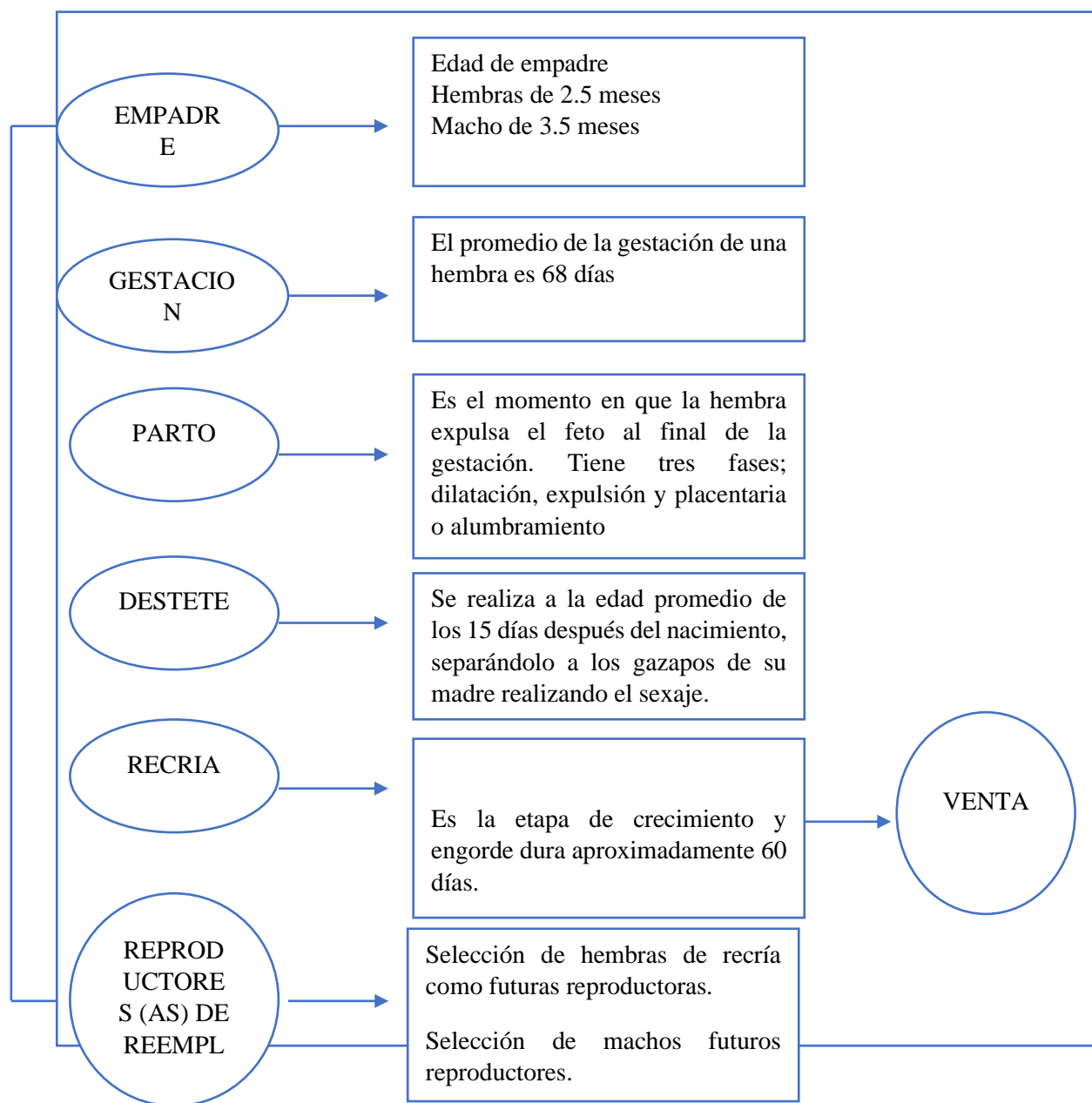
ejemplares están adaptados a las condiciones climáticas del lugar donde la granja de cuyes “Puentesilla, granja de cuyes” desarrollará su producción.

El sembrío de la alfalfa se realizará en un suelo forrajero alquilado que consta de agua, además se hará la compra del alimento balanceado que complementará el valor nutricional del cuy.

La granja estará implementada con un botiquín de medicina para la cura y prevención de enfermedades y asistencia técnica, además de mano de obra y materiales como depósitos y herramientas que son indispensables.

Este modelo de crianza permitirá a la granja lograr productividad en el desarrollo de esta actividad, teniendo en cuenta las condiciones adecuadas como las jabs para un empadre controlado, ventilación suficiente, iluminación y temperatura adecuada con un promedio entre 18 grados a 24 grados centígrados y una humedad menor a 75%. (Ataucusi, 2015).

Manejo Productivo del Cuy. Para el desarrollo de esta actividad de producción de cuyes se tendrá en cuenta el ciclo evolutivo y sus etapas; es importante para que una vez puesta en marcha la granja se logre tener cuyes de calidad y sanos, según los requerimientos del mercado objetivo.

Figura 13*Manejo integral de los cuyes**Elaboración. Autores del proyecto*

✓ **Empadre**

La granja de cuyes “Puentesilla, granja de cuyes” en esta etapa llevará a cabo la selección de reproductores machos con un peso promedio entre 1100 gr a 1200 gr y reproductoras hembras con un peso de 800 gr a 1kg, el cuy macho siempre tiene que ganar en peso a las reproductoras hasta en 400gr.

Luego de la selección se hará el agrupamiento en cada jaba, en la cual habitaran 1 cuy macho y 10 cuyes hembras. Este proceso se llevará a cabo en jabas de madera y malla de 0.90 cm de ancho x 1.70 metros de largo para evitar incidentes. El empadre será continuo, el macho y la hembra permanecerán juntos hasta terminar su ciclo reproductivo (4 partos) y de esta forma se aprovechará el celo post parto.

✓ **Gestación**

Una vez ocurrido el apareamiento de los cuyes, inicia la etapa de gestación que tiene una duración de 68 días aproximadamente. En esta especie la duración de este período puede variar en días y puede ser en las hembras primerizas la duración de la gestación entre 62 y 64 días y las hembras que están entre el tercer al cuarto parto la duración puede ser entre 64 a 70 días. La gestación está sujeta al número de crías que la hembra va a producir, cuanto mayor número de crías se hayan engendrado menor será el tiempo de esta etapa.

Para las reproductoras gestantes y para el productor es una de las etapas más difíciles; estas deben estar en un lugar de tranquilidad absoluta para evitar complicaciones en la gestación, además faltando 2 semanas para el parto no se deben trasladar a las reproductoras gestantes para que tengan un parto normal y no haya muertes.

La alimentación debe ser adecuada, es decir en cantidades que corresponden a cada etapa, pasto de calidad y alimento balanceado.

El celo post parto en las reproductoras se da luego de 3 horas producido el parto, por ello el padrón debe estar presente en todo el período reproductivo.

✓ **Parto y Lactancia**

El nacimiento de los cuyes se da de forma natural sin necesidad de ayuda, el tiempo que dura este proceso es entre 15 a 30 minutos y el número de crías es un promedio de 2 a 3 comúnmente, sin embargo, hay casos en donde llegan a nacer hasta 6 cuyes; los cuyes nacen con pelo, ojos abiertos y se alimentan por sí solos.

Una vez terminada la etapa del parto, se da la lactancia, la primera leche se le conoce como “calostro”, la cual les brinda a los recién nacidos inmunidad contra las diversas enfermedades y un crecimiento adecuado.

En esta etapa se utilizarán las gazaperas, las cuales ayudaran a que las crías no puedan ser aplastadas por los adultos y causarles la muerte o lesiones en su cuerpo.

Las reproductoras madres pueden dar de lactar a más de dos crías si cuenta con una buena calidad de leche que dependerá de la alimentación y el estado en el que se encuentre.

La duración de esta fase es de 15 días, pasado este período las crías ya tienen la capacidad de comer solas y la reproductora madre estará lista para un nuevo empadre y gestación.

✓ **Destete – Crecimiento y Engorde**

El destete es la fase de separación de las crías y las madres para que puedan crecer de manera independiente. Se empieza con esta etapa a partir de los 16 días de nacidos.

Se separa por sexos a las crías, machos y hembras teniendo en cuenta su peso de un aproximado de 326 gr. El reconocimiento del sexo es fácil, se presiona con cuidado la parte inguinal del animal y se observa los genitales, las hembras presentan una forma de “Y” y los machos una especie de ‘i’.

Figura 14*Reconocimiento del sexo del cuy**Elaboración. Autores del proyecto*

✓ **Recría o Crecimiento de los Gazapos**

Se forman grupos de recrías de igual peso y tamaño, hembras y machos por separado. De acuerdo con el espacio se puede poner en una jaba de 1.7m x 0.90 cm un número hasta de 20 recrías de un mes de edad.

Este período dura 60 días. En la granja “Puentesilla, granja de cuyes” la alimentación será con alfalfa y alimento balanceado, logrando un crecimiento y engorde de más de 950 gr, estando listos para ser comercializados en expendios de comida de carne de cuy. En esta etapa se seleccionarán a los futuros reproductores hembras y machos para el siguiente año.

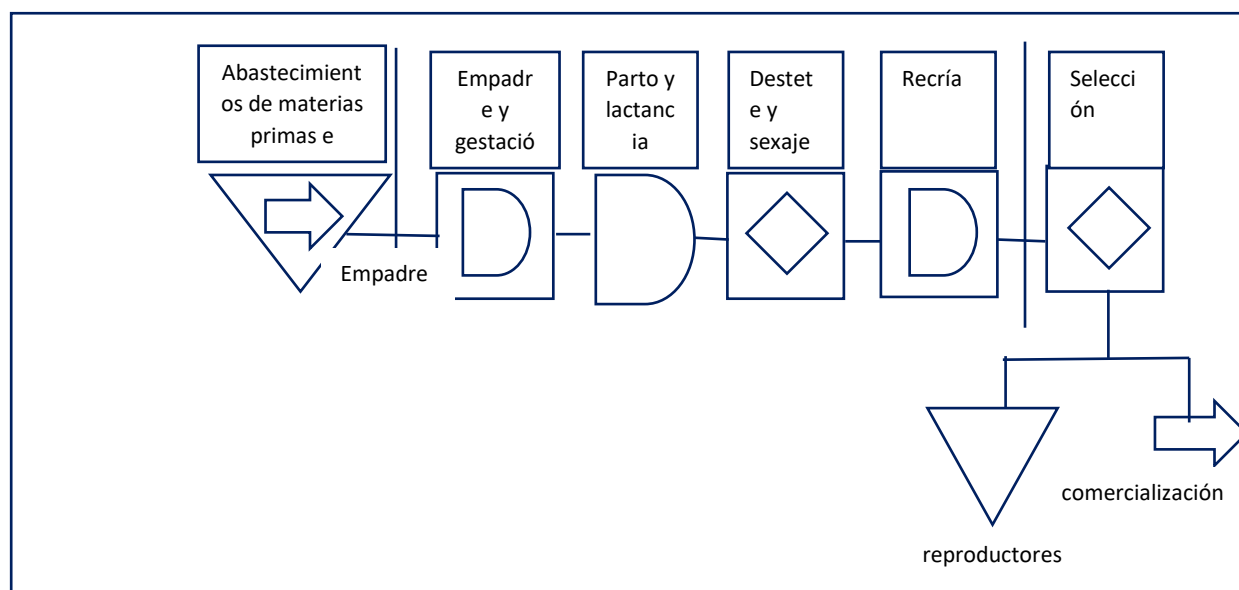
✓ **Reproductores (as)**

Las reproductoras hembras seleccionadas para el empadre continuo se da a partir de los 2.5 meses con un peso promedio de 800gr a 1kg y los machos reproductores están listos a partir de los 3.5 meses de vida con un peso promedio de 1.1kg a 1.2 kg, los cuales deberán contar con una

alimentación de alfalfa y alimento balanceado que complemente el valor nutricional. La buena selección de estos ejemplares permitirá tener un alto índice de fertilidad en las hembras, un mayor número de crías saludables y una baja tasa de mortalidad. (Ataucusi, 2015).

Figura 15

Diagrama de flujo de la producción del cuy



Elaboración. Autores del proyecto

Controles de Registro Técnico. Se harán controles mediante registros. Es de suma importancia para un adecuado funcionamiento de la granja, ya que, teniendo toda la información registrada, nos ayudará a tomar decisiones administrativas y tener un manejo adecuado de la granja, estos controles se realizarán mediante registros que se llenarán en formatos bien estructurados y elaborados por la empresa de acuerdo con la información que ella requiere (Ataucusi, 2015).

La granja “Puentesilla, granja de cuyes”, utilizará los siguientes registros.

✓ **Registro Poblacional de Cuyes Mensual.**

En este registro se anotarán la cantidad de cuyes reproductores hembras y machos, el número de gazapos y la cantidad de recría según el sexo mensualmente. Esto permitirá conocer el total de la población de cuyes.

Tabla 44

Registro poblacional de cuyes mensual

FECHA DE INGRESO	N° DE JABA	REPRODUCTORES		GASAPOS	RECRÍA		TOTAL	OBSERVACIONES
		HEMBRAS	MACHOS		MACHO	HEMBRA		

Elaboración. Autores del proyecto

✓ **Registro de Control Sanitario.**

Se registrarán la cantidad de cuyes que son diagnosticados con síntomas de algunas enfermedades para su tratamiento y control preventivo. Los cuyes que son detectados con enfermedades serán separados de la población total hasta su recuperación.

Tabla 45*Registro de control sanitario*

FECHA	N° DE JABA	EDAD	SEXO	SINTOMAS	DIAGNOSTICO	TRATAMIENTO		OBSERVACIONES
						PREVENTIVO	CONTROL	

Elaboración. Autores del proyecto✓ **Registro de Mortalidad.**

Terminado el proceso gestación se pasa al proceso de destete, es la separación de las crías de la madre a las pozas, se registra los días desde que son destetados y la cantidad de cuyes que van a cada poza según el sexo.

Tabla 46*Registro de mortalidad*

FECHA	N° DE JABAS	CARACTERISTICAS	REPRODUCTORES		LACTANTES	RECRIA	OBSERVACIONES
			MACHO	HEMBRA			

Elaboración. Autores del proyecto

✓ **Registro de Alimentación de Reproductores.**

En este registro se controlará el alimento la cantidad de alimento concentrado y alfalfa que se brindará a diario a los reproductores.

Tabla 47

Registro de alimentación de reproductores

FECHA	N° DE JABAS	N° DE CUYES /JABA	REPRODUCTORES	CANTIDAD DE RACION EN Kg o Gr.	
				CONCENTRADO	FORRAJE

Elaboración. Autores del proyecto

✓ **Registro de Alimentación de Recrías.**

En este registro se controlará el alimento la cantidad de alimento concentrado y alfalfa que se brindará a diario a las recrías.

Tabla 48*Registro de alimentación de recrias*

FECHA	N° DE JABAS	N° DE CUYES /JABA	RECRÍAS	CANTIDAD DE RACION EN Kg o Gr.	
				CONCENTRADO	FORRAJE

Elaboración. Autores del proyecto

✓ **Registro de Comercialización.**

Este registro permitirá llevar un control exacto de los cuyes logrados que serán vendidos a un precio establecido.

Tabla 49*Registro de comercialización del cuy*

FECHA	N° DE JABAS	N° DE ANIMALES VENDIDOS	SEXO	PESO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSERVACIONES

Elaboración. Autores del proyecto

✓ **Registro de Almacén (Ingresos).**

En este registro se controlará el stock de los insumos que se utilizarán en la granja, ayudando a realizar la compra de manera oportuna para el abastecimiento necesario.

Tabla 50

Registro de almacén-ingresos de insumos

FECHA DE INGRESO	INSUMOS		DESCRIPCION	OBSERVACIONES
	kg	SACOS		

Elaboración. Autores del proyecto

✓ **Registro de Almacén (Egresos).**

Este registro permitirá conocer el stock de los insumos de la granja.

Tabla 51*Registro de almacén-egresos*

FECHA DE EGRESO	INSUMOS		DESCRIPCION	OBSERVACIONES
	Kg	SACOS		

Elaboración. Autores del proyecto***Instalaciones y Equipos.***

Instalaciones del Galpón. Para la construcción y el diseño del galpón se tendrá en cuenta el factor climático. Estará construido en un área de 790 metros cuadrados, las paredes serán de adobe y el techo de calamina Aluzinc, constará de 3 ambientes: el área de 740 metros cuadrados para la producción, un ambiente de 20 mt² para el almacén de forraje, alimento balanceado y herramientas y un área de 12mt² para el botiquín implementado.

El galpón tendrá una capacidad instalada para una población de 5000 cuyes, los que serán distribuidos en jabas de madera y malla.

Para la población estimada de cuyes será necesario la fabricación de 191 jabas de 1.70 metros de largo x 0.90 metros de ancho cada una, las jabas que albergan a las reproductoras con sus gazapos contarán con 1 gazapera, 1 comedero y un bebedero y las jabas que albergan a las crías con un 2 comederos y 2 bebederos respectivamente.

Los reproductores estarán distribuidos de la siguiente manera: 1 macho y 10 hembras y las recrias serán agrupadas según el sexo de 20 cuyes en cada jaba.

El terreno donde será construido el galpón para la producción de cuyes tendrá un área de 790 mts², dicho terreno será comprado. El terreno donde se cultivará la alfalfa para el alimento del cuy será de una hectárea (10 000 mts²) y será alquilado por los productores.

A continuación, se detalla la infraestructura que se construirá y materiales utilizados para construcción del galpón y adecuación del terreno forrajero.

Tabla 52

Construcción de instalaciones para el funcionamiento de la granja

Instalaciones	
Construcción de la Infraestructura	
Descripción	Cantidad
Galpón	1
Cerco perimétrico	1
Almacén para forraje y concentrado	1
Almacén para medicina	1

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 53

Materiales para la construcción del galpón

Construcción del Galpón		
Descripción	Cantidad	Total
Calamina Aluzinc	261	S/ 6,525.00
Clavos	15	S/ 90.00
Madera	1	S/ 2,000.00
Mano de obra contrato	1	S/ 1,500.00
Total		S/ 10,115.00

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 54*Materiales para la construcción del cerco perimétrico del terreno forrajero*

Material para el cerco perimétrico del terreno	
Descripción	Cantidad
Postes de madera de 2.5 metros	100
Alambre Púa Rollo por 200m	5
Sistema de riego por aspersión	1

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 55***Inmuebles alquilados y compra*

Inmueble	
Descripción	Metros
Compra (Terreno Galpón)	790 Mts ²
Alquiler por año (Forraje)	10000 Mts ²
Alquiler de oficina	12 Mts ²

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 56*Herramientas para la implementación del galpón*

Herramientas	
Descripción	Cantidad
Carretilla	2
Palana	2
Parrilla para Andamio	1
Estante	1
Escobón	2
Recogedor	2
Balanza	1
Jabas Transportadoras	159
Machetes	1
Oz	2

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 57***Equipos para la implementación de la oficina*

Equipo de oficina	
Descripción	Cantidad
Computadora	1
Impresora	1
Calculadora	2
Estabilizador	1
Celular	1
Extensión	1

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 58*Equipos de sanidad y desinfección de la granja.*

EQUIPO DE SANIDAD Y DESINFECCION	
DESCRIPCION	CANTIDAD
Botas	3
Mameluco	2
Gorros	2
Guantes	2
Termohigrómetro	1
Botiquín Implementado	1


*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 59***Equipos para la alimentación de los cuyes*

Equipo para la alimentación	
Descripción	Cantidad
Gazaperas	82
Bebederos de arcilla	191
Comedero de arcilla	191
Jabas	191

*Elaboración. Autores del proyecto***Sanidad en Cuyes.*****Enfermedades Infecciosas***

Tabla 60




Enfermedades infecciosas más comunes del cuy

Enfermedades infecciosas			
Enfermedades	Neumonía	Linfadenitis	Salmonelosis
Definición	Esta enfermedad es causada por gérmenes que afectan a los pulmones y los afectados son las crías.	Es una enfermedad que es producida por gérmenes y es atacada a los cuyes de todas las edades.	Es la enfermedad más grave que puede afectar a los cuyes, es causada por un germen que se encuentra en el excremento de animales ajenos
Fotografía			
Síntomas	Botan moco por la nariz, respiran con bastante dificultad, dejan de comer y están postrados.	Aparición de bolsas o bultos a los costados del cuello o debajo de la cabeza del cuy, estos bultos pueden llegar a reventar y botar materia (pus).	Anemia, pérdida de apetito, erizamiento del pelaje, diarrea, parálisis de los miembros superiores, abortos y mortandad severa.
Tratamiento	Inyectables: Ciclosona solución inyectable por 500 ml.	Pinchar el bulto y dejar que salga toda la materia y luego aplicar yodo dentro del bulto drenado con una jeringa y aplicar Ciclosona por 03 días.	Suministrar Enrofloxacino vía oral 10 ml en 20 litros de agua, para curar la salmonela.
Prevención	Impedir que ingrese corrientes de aire al galpón y aplicar Ciclosona para controlar la infección respiratoria.	Mantener limpio y desinfectado el galpón interna y externamente.	Alejar todo tipo de animales ajenos del cuy y del pasto que estos consumen, el galpón tiene que estar limpio.

Enfermedades Parasitarias.

Tabla 61

Enfermedades parasitarias más comunes del cuy

Enfermedades parasitarias			
Enfermedad	Piojos y pulgas	Sarna	Alicuya
Definición	Son parásitos pequeños que se puede observar cuando se le abre el pelo de los cuyes y están caminando por la piel, los más afectados son las crías.	Esta enfermedad es causada por un bichito microscópico, son atacados a todos los animales de diferentes edades y es fácil de contagiarse.	Esta enfermedad en forma de una hoja ataca al hígado, este gusano es transmitido cuando el cuy consume pasto verde contaminado.
Fotografía			
Síntomas	Los cuyes están decaídos, el vientre se les hincha, presentan debilidad y pueden morir a pocos días de iniciada la enfermedad.	Caída del pelo, inicia alrededor de los ojos y nariz, se rascan constantemente ocasionando heridas en las zonas donde se cae el pelo.	Los cuyes dejan de comer, se debilitan y mueren, pelos erizados, cuando se parten a los cuyes el hígado está completamente de color rojo y al interior está el gusano.
Tratamiento	Se eliminan estos parásitos aplicando una gota de Ectoline en el lomo del cuy en recrias durante 02 veces en la etapa y en las reproductoras 01 gota cada 02 meses.	Aplicar toques externos de violeta de genciana o tintura de canoderma en las heridas o sarnas.	Se combate suministrando Neo Tetraciclina x 1 kg en polvo en el agua para combatir la corixia o diarrea causada por el pasto contaminado o verde. Suministrar bicarbonato 01 gr de bicarbonato de sodio por cada 05 litros de agua que bebe.
Prevención	Desinfectar el piso del galpón con cal cada 10 días y fumigar interna y externamente con Vanodinne y SBD.	Mantener limpias las jabas, desinfectar constantemente el galpón y colocar la cantidad adecuada en cada poza para evitar la aglomeración y contagios.	Evitar dar pasto verde contaminado.

Elaboración. Autores del proyecto

Medicamentos para prevención y tratamiento. Para la prevención y tratamiento de enfermedades que atacan a los cuyes la granja “Puentesilla, granja de cuyes” contará con un botiquín abastecido con la medicina esencial. A continuación, se mencionan los siguientes.

Tabla 62

Medicamentos para prevención y tratamiento de enfermedades

Vitaminas y minerales		Doscificación
Vitamina C	Bio C Fco. 100 ml	Suministrar 10 ml por cada 100 kg de concentrado
Complejo B	complejo B forte polvo propremix x 1 kg	Suministrar 1 gr por cada 05 litros de Agua o por cada 05 kg de alimento concentrado
Bicarbonato de Sodio	Bicarbonato de Sodio x kg	Agregar al agua 1 gr por cada 05 litros de agua
Antibióticos		Doscificación
Enrofloxacina	Enrofloxacina de Montana x 1 litro	Colocar 03 ml en el agua por cada 20 litros de agua como prevención. Colocar 10 ml en el agua por cada 20 litros de agua como prevención.
Ciclosona	Ciclosona sol. Inyectable x 500 ml	Inyectar 0.4 ml en adultos Inyectar 0.3 m en recrias Inyectar 0.2 ml en gazapos
Oxitocina	Oxitocina sol. Inyectable x 20 ml	Colocar 0.1 ml en hembras gestantes al momento del parto para ayudar con la dilatación.
Ubrasan ungüento x 200 gr	Ubrasan ungüento x 200 gr	Pasar a las mamas de la reproductora cuando padece de mastitis durante la lactancia
Violeta de Genciana	Violeta de Genciana solución Tópica 60 ml	Colocar toques externos en las sarnas o heridas de la población de cuyes afectada.
Tintura de Canodema	Tintura de Canoderma solución Tópica x 50 ml	Colocar toques externos en las sarnas o heridas de la población de cuyes afectada.

Neo Terraciclina sulfa k	Neo Terraciclina x 1 kg en polvo	Suministrar 01 gr por cada 02 litros de agua o 02 gr por cada 05 litros de agua por el lapso de 03 a 07 días.
Antiparasitarios interno y externo		Doscificación
Interex	Interex x 10 ml	Suministrar 01 gota por cuy en la boca
Ectoline	Ectolin x 30 ml	Colocar 02 gotas en el lomo de las recrias. Colocar 02 gotas en el lomo de las madres cada 02 meses.
Desinfectantes		Doscificación
Vanodine	Vanodine x 1 litro	Colocar 1 cm de Vanodine por cada 10 litros de agua y fumigar el galpón interna y externamente para eliminar virus y bacterias
SBD	SBD	Colocar 1 cm de SBD por cada 10 litros de agua y fumigar el galpón cada 02 meses
Cal	Cal	Colocar la cal en el piso para su desinfección del galpón.

Elaboración. Autores del proyecto

Alimentación. La alimentación será mixta, a base de forraje (alfalfa), concentrado y agua. La ración de la alfalfa para los reproductores hembras y machos será de 350 gramos promedio por día y en recrias será de 180 gramos promedio por día, la ración de alimento balanceado en los reproductores hembras y machos será de 30 gramos promedios diarios y en las recrias, los primeros 07 días será de 14 gr diarios y luego se incrementará a 22 gramos promedio hasta su salida.

Consumo diario de alfalfa por cuy según sus etapas de producción.

Tabla 63*Consumo de alfalfa diario por cuy*

Denominación	Consumo gr. /día
Hembras y lactantes	350 gr
Machos	350gr
Crecimiento	180 gr
Engorde	180 gr

Elaboración. Autores del proyecto

Consumo diario de alimento balanceado por cuy según sus etapas de producción.

Tabla 64

*Consumo de alimento balanceado diario
por cuy según etapas de producción*

Denominación	Consumo gr. /día
Hembras Y Lactantes	30 gr
Machos	30 gr
Crecimiento	14 gr
Engorde	22 gr

Elaboración. Autores del proyecto

Alfalfa. La alfalfa (*Medicago sativa*) es una planta herbácea, perteneciente a la familia de las leguminosas. Tiene origen en Asia menor, la difusión de su cultivo fue por los árabes a través del norte de África, de allí, llegó a España en donde se extendió al resto de Europa. Presenta múltiples beneficios tanto para la agricultura, como la ganadería y el ser humano.

La alfalfa es el forraje más utilizado para la alimentación del ganado, debido a su valor nutricional que contiene aportando proteínas y fibras para el cuy y otros animales que la consumen.

La alfalfa contiene calcio, Vitaminas C, K y B y proteínas.

Tabla 65

Valor nutricional de la alfalfa

Valor nutritivo de la alfalfa por cada 100 Gr	
Calorías	23
Carbohidratos	2.1 gr
Proteínas	4 gr
Vitamina B	0.076
Vitamina C	8.2 MG
Vitamina K	30.5 ug
Calcio	32 mg
Hierro	0.96 mg
Magnesio	27 mg
Fosforo	70 mg
Potasio	79 mg
Sodio	6 mg
Zinc	0.92 mg

Elaboración. Autores del proyecto

Alimento Balanceado. El alimento concentrado se utiliza como suplemento proteico y energético para lograr un crecimiento y reproducción óptimos.

El alimento balanceado se puede conformar por afrecho de trigo, maíz molido, harina de alfalfa y sales minerales.

Insumos para Preparar Alimento Balanceado

- ✓ Maíz molido amarillo. En proporción de 15 a 40 %
- ✓ Torta de soya. Entre 10 y 30 %
- ✓ Afrecho de trigo. Entre 15 y 70 %
- ✓ Harina de alfalfa. Entre 3 y 10 %

- ✓ Polvillo de arroz. Entre 2 y 6%
- ✓ Nielen (arroz pulido) entre 0 y 2%.
- ✓ Calcio entre 0.5 y 1.8%
- ✓ Sales minerales. Entre 0.1 a 0.5 %.
- ✓ Aminoácidos (metionina, lisina, colina) entre 0.05 a 0.2 %
- ✓ Premezclas entre 0,1 a 0,2 %
- ✓ Antihongos entre 0.05 a 0.15 %
- ✓ Atrapatoxinas entre 0.5 a 0.15%
- ✓ Bicarbonato 0.05 a 0.15%
- ✓ Sal común entre 0.1 y 0.2 % (Vásquez, 2020)

3.8.6 Programa de Producción

Para efectuar el programa de producción, se describe lo siguiente: número de campañas al año, número de sacas al año, la mortalidad de lactancia, mortalidad de recría, número de cuyes logrados, producción total por año y la producción inicial por año, tanto de reproductores machos y reproductoras hembras: cada año se incrementará la producción un porcentaje según el año anterior; para el año 2 se incrementará un 10% respecto a la cantidad del año 1, año 3 aumentará el 20% del año 2, año 4 se incrementará el 30% en base al año 3 y el año 5 se aumentara la reproducción en un 40%.

Tabla 66*Proyección de la producción anual*

Parámetros productivos	Proyección de la producción				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Reproductoras hembras (Und.)	500	550	660	858	1201
Padrillos machos (Und.)	50	55	66	55	120
Fertilidad por hembra	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2
Nº Campañas por año	4	4	4	4	4
Mortalidad por lactante	10%	10%	10%	10%	10%
Lactantes (Und.)	5760	6336	7603.2	9884.16	13835.52
Mortalidad por recría	8%	8%	8%	8%	8%
Recría (Und.)	5299	5829.12	6995	9093	12729
Total, de producción Anual (Und.)	5849	6434	7721	10006	14050

*Elaboración. Autores del proyecto***3.8.7 Programa de Alimentación****Tabla 67***Programa de alimentación balanceado*

ALIMENTACION BALANCEADO ANUAL		AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
		Nº de cuyes	Nº días alimentados	Alimento kg	Nº de cuyes	Nº días alimentados	Alimento kg	Nº de cuyes	Nº días alimentados	Alimento kg	Nº de cuyes	Nº días alimentados	Alimento kg	Nº de cuyes	Nº días alimentados	Alimento kg
REPROD. HEMBRAS		500	361	5415	550	345	5692.5	660	324	6415.20	858	306	7876.44	1201	365	8979
REPROD. MACHOS		50	277	415.5	55	260	429	66	241	477.18	86	242	624.36	120	291	715.86
REPROD. DE REEMP. HM.		550	17	280.5	660	33	653.4	858	52	1338.48	1201	70	2522.1			
REPROD. DE REEMP. MCH		55	17	28.05	66	33	65.34	86	52	134.16	120	70	252			
RECRÍAS	SEXAJE	5300	51	3784.2	7153	69	6909.798	8453	60	7100.52	10841	60	9106.44	15005	60	8525.16
	ENGORDE	5300	180	20988	7153	247	38869.4	8453	315	48165.19	10841	258	61533.5	15005	256	8525.16

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 68*Programa de alimentación de forraje*

ALIMENTACION FORRAJE ANUAL		AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
		N° de cuyes	N° días alimentados	Alimento kg	N° de cuyes	N° días alimentados	Alimento kg	N° de cuyes	N° días alimentados	Alimento kg	N° de cuyes	N° días alimentados	Alimento kg	N° de cuyes	N° días alimentados	Alimento kg
REPROD. HEMBRAS		500	361	63175.00	550	345	39847.5	660	324	46494	858	306	5449	1201	365	8979
REPROD. MACHOS		50	277	4847.50	55	260	3003	66	241	3458.35	86	242	399.3	120	291	715.86
REPROD. DE REEMP. HM.		550	17	3272.50	660	33	4735.5	858	52	10010	1201	70	1148	0		
REPROD. DE REEMP. MCH.		55	17	327.25	66	33	473.55	86	52	1001	120	70	114.8	0		
RECRAS	SEXAJE	5300	51	48654.00	7153	69	42439.14	8453	60	56354.4	10841	60	8296.8	15005	60	12178.8
	ENGORDE	5300	180	171720.00	7153	247	151919.8	8453	315	243263.2	10841	258	44595.3	15005	256	64953.6

Elaboración. Autores del proyecto

3.9 Plan Organizacional

3.9.1 Datos Generales de la Empresa

Nombre del proyecto. “Plan de negocios para la instalación de una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla-Chota.

Razón Social. “Puentesilla, Granja De Cuyes” S.R.L

Nombre Comercial. “Puentesilla, Granja De Cuyes”

Logotipo

Figura 16*Logotipo de la empresa**Elaboración. Autores del proyecto*

Actividad Económica. La actividad económica o giro del negocio de la empresa “PUENTESILLA, GRANJA DE CUYES” será la producción y comercialización de cuy a los principales restaurantes y recreos campestres de las ciudades de Chiclayo y Jaén.

3.9.2 *Ámbito Legal*

Tipo de Sociedad. La modalidad empresarial para la granja “Puentesilla granja de cuyes” según la Ley General de Sociedades Art. 283° al 294°, Ley N° 26887, será una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.).

La empresa estará conformada por dos socios denominados participacioncitas, la Srta. Fanny Rodríguez Rodríguez identificada con DNI: 46041565 y la Srta. Keyla Yanira Flores Novoa, identificada con DNI: 74144179. La empresa será administrada por un gerente designado por los socios.

Al bien industrial o a la parte del dinero que forma el capital otorgado por cada socio se le denomina aporte, y pueden existir socios mayoritarios en relación con el aporte realizado al capital.

Es posible realizar la transferencia de aportes teniendo prioridad los socios de la empresa, si pasado un tiempo los socios no las adquieren pueden transferirse a cualquiera.

La repartición de utilidades es en proporción al aporte realizado.

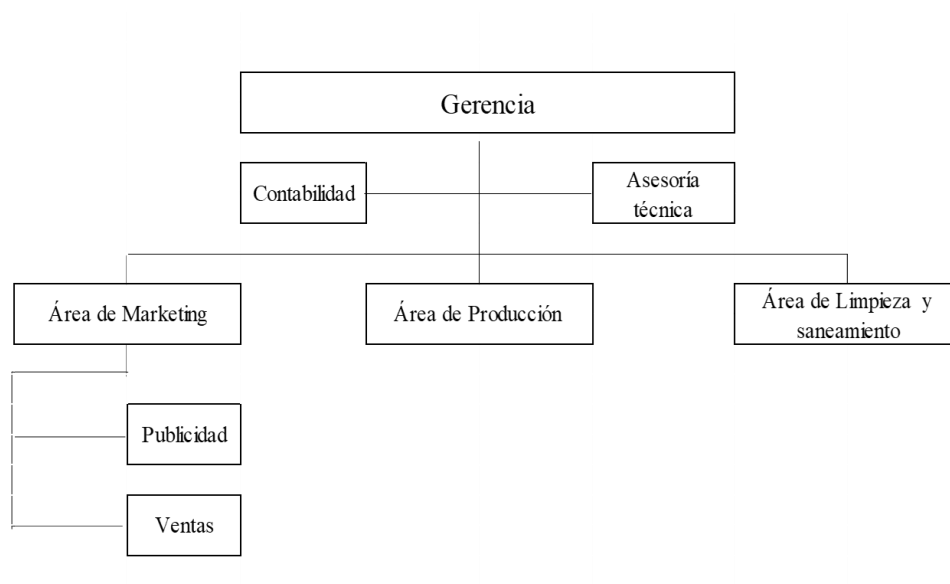
Régimen al que Pertenece.

Régimen Especial (RE). La empresa “Puentesilla, Granja de Cuyes” se acogerá al régimen especial, porque está orientado a pequeñas empresas, los ingresos no superan los 525000 soles, solo se llevará dos registros contables las de compras y ventas.

3.9.3 Organigrama de la Empresa

Figura 17

Organigrama de la empresa



Elaboración. Autores del proyecto

3.9.4 Descripción de la Estructura Orgánica y Plan de Recursos Humanos

Línea – Staff. Cada órgano responde ante un solo y único órgano superior; es el principio de la autoridad única. Existe una separación entre órganos operacionales (ejecutivos) y órganos de apoyo (asesoría); la organización línea-staff representa un modelo de organización en el cual los órganos especializados y grupos de especialistas aconsejan a los jefes de línea con respecto a algunos aspectos de sus actividades.

La jerarquía (línea) asegura el mando y la disciplina, mientras la especialización (staff) provee los servicios de consultoría y de asesoría (Minsal y Pérez, 2017).

Órganos de Mando.

Junta General de Accionistas.

Gerencia.

Gerente General

Funciones

- ✓ Coordinar las actividades con los trabajadores de la granja para dar cumplimiento a los programas de trabajo para su buen funcionamiento.
- ✓ Supervisar el desempeño de su personal a su cargo.
- ✓ Prever y atender las necesidades de la granja respecto a medicamentos, materiales y alimentación.
- ✓ Coordinar con el ingeniero zootecnista la programación de visitas a la granja de cuyes.
- ✓ Supervisar las curaciones y tratamientos de los cuyes juntamente con el ingeniero zootecnista.
- ✓ Llevar un control de insumos de limpieza y desinfección de la granja “Puentesilla, granja de cuyes”.
- ✓ Coordinar con el área de ventas los requerimientos y la entrega oportuna del cuy.
- ✓ Abonar en sueldo asignado a cada trabajador.

Órganos de Línea.

Área de Producción.

Operario

- ✓ Verificar la temperatura, luz y humedad del ambiente.
- ✓ Efectuar la limpieza diaria del galpón.
- ✓ Clasificar los ejemplares de acuerdo con la edad, peso y sexo a fin de cumplir con los requerimientos exigidos para cubrir los lotes de producción esperados.

- ✓ Supervisar el desarrollo sanitario y nutricional de los ejemplares a fin de cumplir con los requerimientos nutricionales exigidos.
- ✓ Alimentar los cuyes cumpliendo el horario establecido y dotar las raciones adecuadas según el tamaño, edad y peso del cuy.
- ✓ Segar el forraje.
- ✓ Cultivo y riego del forraje.
- ✓ Colocar los cuyes en jabas para su traslado y venta.
- ✓ Supervisar el proceso de crianza desde su nacimiento hasta la venta.

Área de Marketing.

Publicidad.

- ✓ Diseñar y planificar campañas publicitarias.
- ✓ Establecer estrategias de marketing.
- ✓ Persuadir al cliente para adquirir el producto.
- ✓ Promocionar a la empresa.
- ✓ Diseñar anuncios publicitarios con las características, promociones y precios del cuy.

Ventas.

- ✓ Coordinar con los clientes los requerimientos y la entrega oportuna del cuy.
- ✓ Controlar el registro de ventas del cuy.
- ✓ Brindar atención al cliente.
- ✓ Coordinar con gerencia los requerimientos y la entrega oportuna del cuy.
- ✓ Coordinar con el área de producción la cantidad de ejemplares a vender.

Órgano de control

Área de Contabilidad

- ✓ Calcular impuestos y hacer las declaraciones mensuales a Sunat.

Órgano de asesoría

Ingeniero Zootecnista

- ✓ Realizar visitas mensuales a la granja y cuando sea requerido para prever, controlar y curar enfermedades del cuy.
- ✓ Realizar mejoramiento genético del cuy.
- ✓ Brindar capacitaciones al personal de la granja.

3.10 Plan Económico y Financiero

3.10.1 Inversión

La inversión del presente proyecto ascenderá a un importe total de S/97 920.55 el cual estará compuesto por la inversión fija que comprende al activo tangible e intangible y el capital de trabajo. Para este proyecto se considerará un capital de trabajo para 6 meses, debido que a partir del sexto mes se obtendrá ingresos por la venta de cuyes.

Inversión Fija.

Activo Tangible. En este ítem se detallan todos los materiales físicos necesarios para el funcionamiento de la granja “Puentesilla, granja de Cuyes”. Los activos tangibles estarán comprendidos por maquinaria y equipos, muebles y enseres, suministros diversos y obras civiles; todos ellos se describen en las siguientes tablas.

Maquinarias y Equipos.***Herramientas.*****Tabla 69***Herramientas para la implementación y limpieza del galpón*

Descripción	Cantidad	Valor Uni	Total
Carretilla	2	S/ 114.00	S/ 228.00
Palana	2	S/ 18.00	S/ 36.00
Parrilla para andamio	1	S/ 20.00	S/ 20.00
Estante	1	S/ 99.00	S/ 99.00
Escobón	2	S/ 12.00	S/ 24.00
Recogedor	2	S/ 10.00	S/ 20.00
Balanza	1	S/ 60.00	S/ 60.00
Jabas transportadoras	66	S/ 70.00	S/ 4.620.00
Machetes	1	S/ 10.00	S/ 10.00
Oz	2	S/ 15.00	S/ 30.00
Total			S/ 5 147.00

*Elaboración. Autores del proyecto****Maquinaria.*****Tabla 70***Maquinaria para la granja*

Descripción	Cantidad	Valor Uni	Total
Moto de carga	1	S/ 6.500,00	S/ 6.500,00
Total			S/ 6.500,00

Elaboración. Autores del proyecto

Equipos.**Tabla 71***Equipos de oficina (en soles)*

Descripción	Cantidad	Valor Uni	Total
Computadora	1	S/ 1.990,00	S/ 1.990,00
Impresora	1	S/ 500,00	S/ 500,00
Calculadora	2	S/ 21,90	S/ 43,80
Estabilizador	1	S/ 55,00	S/ 55,00
Celular	1	S/ 400,00	S/ 400,00
Extensión	1	S/ 15,00	S/ 15,00
Total			S/ 3.003,80

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 72***Equipo de sanidad y desinfección (en soles)*

Descripción	Cantidad	Valor Uni	Total
Botas	3	S/ 30,00	S/ 90,00
Mameluco	2	S/ 72,00	S/ 144,00
Gorros	2	S/ 15,00	S/ 30,00
Guantes	2	S/ 9,50	S/ 19,00
Termohigrómetro	1	S/ 33,00	S/ 33,00
Total			S/ 316,00

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 73*Equipo para la alimentación*

Descripción	Cantidad	Valor Uni	Total
Gazaperas	50	S/ 10,00	S/ 500,00
Bebederos de arcilla	116	S/ 10,00	S/ 1.160,00
Comedero de arcilla	116	S/ 12,00	S/ 1.392,00
Jabas para la producción	116	S/ 72,40	S/ 8.398,40
Total			S/ 11.450,40

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 74***Resumen de requerimiento de equipos*

Equipo	
Descripción	Total
Equipo de oficina	S/ 3,003.80
Equipo de sanidad y desinfección	S/ 316.00
Equipo para la alimentación	S/ 11,450.40
Total	S/ 14,770.20

*Elaboración. Autores del proyecto****Muebles y Enseres.*****Tabla 75***Requerimiento de muebles y enseres (en soles)*

Descripción	Cantidad	Valor Uni	Total
Sillas	3	S/ 35,00	S/ 105,00
Escritorio	1	S/ 150,00	S/ 150,00
Silla para escritorio	1	S/ 120,00	S/ 120,00
Estante archivador	1	S/ 200,00	S/ 200,00
Total			S/ 575,00

Elaboración. Autores del proyecto

Suministros Diversos.**Tabla 76***Artículos de oficina (en soles)*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Caja de lapiceros	1	S/ 10,00	S/ 10,00
Papel Bond	2	S/ 10,00	S/ 20,00
Archivador	5	S/ 4,40	S/ 22,00
Pizarra	1	S/ 50,00	S/ 50,00
Art. Var. Oficina	1	S/ 50,00	S/ 50,00
Total			S/ 152,00

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 77***Artículos de limpieza (en soles)*

Descripción	Cantidad	Valor Uni	Total
Escoba de nylon	2	S/ 10,00	S/ 20,00
Recogedor de plástico	1	S/ 10,00	S/ 10,00
Papelera	1	S/ 18,00	S/ 18,00
Arti. Var. Limp.	1	S/ 100,00	S/ 100,00
Total			S/ 148,00

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 78***Resumen de suministros diversos*

Suministros Varios	
Descripción	Total
Artículos de limpieza	S/ 148.00
Artículos de oficina	S/ 152.00
Total	S/ 300.00

Elaboración. Autores del proyecto

Obras Civiles.**Tabla 79***Construcción del galpón (en soles)*

Descripción	Cantidad	Valor Uni	Total
Calamina Aluzinc	261	S/ 25.00	S/ 6 525.00
Clavos	15	S/ 6.00	S/ 90.00
Madera	1	S/ 2 000.00	S/ 2 000.00
Mano de obra contrato	1	S/ 1 500.00	S/ 1 500.00
Total			S/ 10 115.00

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 80***Construcción de almacén para alimentos*

Descripción	Cantidad	Valor Uni	Total
Calamina Metálica	14	S/ 25.00	S/ 350.00
Madera	1	S/ 250.00	S/ 250.00
Clavos	2	S/ 6.00	S/ 12.00
Mano de obra	5	S/ 40.00	S/ 200.00
Total			S/ 812.00

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 81***Construcción de perímetro del área de forraje*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Postes de madera de 2.5 metros	100	S/ 10.00	S/ 1 000.00
Alambre Púa Rollo por 200m	5	S/ 75.00	S/ 375.00
Sistema de riego por aspersión	1	S/ 1 000.00	S/ 1 000.00
Total			S/ 2 375.00

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 82*Resumen de las obras civiles*

Descripción	Cantidad	Valor Uni	Total
Galpón	1	S/ 10 115.00	S/ 10 115.00
Cerco perimétrico del área de forraje	1	S/ 2 375.00	S/ 2 375.00
Almacén para alimentos y medicinas	1	S/ 812.00	S/ 812.00
Oficina	1	S/ 600.00	S/ 600.00
Total			S/ 13 902.00

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 83***Resumen de activos tangibles (en soles)*

Descripción	Monto
Maquinaria y equipos	S/ 19 917.20
Muebles y enseres	S/ 575.00
Suministros diversos	S/ 300.00
Obras civiles	S/ 13 902.00
Total	S/ 34 694.20

Elaboración. Autores del proyecto

Activo Intangible. Estará conformado por aquellos gastos que se realizarán por los servicios o derechos adquiridos ante los órganos correspondientes a fin de formalizar la empresa.

Tabla 84*Trámites de constitución de la empresa (en soles)*

Descripción	Costo
Búsqueda en registros públicos	S/ 5.00
Inscripción en registros públicos	S/ 25.00
Minuta de constitución	S/ 250.00

Inscripción en el registro	S/ 100.00
Obtención del RUC (Pasajes)	S/ 16.00
Legalización de los Libros Contables y Planillas	S/ 100.00
Comprobantes de pago (Impresión).	S/ 50.00
Tramites de licencia municipal	S/ 60.00
Total	S/ 606.00

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 85

Trámites para registro de marca (solo en soles)

Descripción	Total
Búsqueda fonética	S/ 20.00
Búsqueda figurativa	S/ 40.00
Pago por derecho de registro	S/ 500.00
Total	S/ 560.00

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 86

Elaboración del proyecto de inversión (en soles)

Descripción	Total
Elaboración de proyecto de inversión	S/ 600.00
Total	S/ 600.00

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 87

Resumen del activo intangible (en soles)

Descripción	Total
Constitución de la empresa	S/ 606.00
Registro de la marca	S/ 560.00
Elaboración del Proyecto de inversión	S/ 600.00

Total	S/ 1 766.00
-------	-------------

Elaboración. Autores del proyecto

Capital de Trabajo. Para evaluar el capital de un proyecto ya sea mensual, trimestral o semestral para cubrir todos los gastos necesarios antes de iniciar las operaciones de la empresa. Para este proyecto el capital de trabajo se presupuestará para seis meses debido que al sexto mes se empieza a obtener ingresos por venta, en la siguiente tabla se especifican todos los gastos en que se incurre para la puesta en marcha del negocio.

Tabla 88

Capital de trabajo (en soles)

Descripción	Monto
Mano de obra	S/ 14 432.00
Materia prima	S/ 35 645.10
Agua	S/ 12.00
Energía eléctrica	S/ 60.00
Transporte	S/ 2.583,75
Útiles de oficina	S/ 76,00
Artículos de limpieza	S/ 74,00
Alquiler y compra del terreno	S/ 1.300,00
Publicidad	S/ 120,00
Telefonía e internet	S/ 300,00
Total	S/ 54.602,85

Elaboración. Autores del proyecto

Inversión Total. La inversión total del proyecto está representada por la suma del activo tangible, intangible y el capital del trabajo, que facilita la información necesaria para poner en marcha el proyecto de inversión, y así buscar las mejores alternativas de financiamiento.

Tabla 89

Inversión total

Descripción	Monto
Inversión fija	S/ 42 960.20
Tangible	S/ 41 194.20
Intangible	S/ 1 766.00
Capital de trabajo	S/ 54 960.35
Total	S/ 97 920.55

Elaboración. Autores del proyecto

3.10.2 *Financiamiento*

Inversión Total. S/ 97 920.55

Fuente Interna.

Aporte Socios. 70 % de la inversión total

Total, Aporte. S/ 68 544.38

Fuente Externa.

Entidad Financiera. 30% de la inversión total

Total, Préstamo. S/ 29 376.16

Fuentes de Financiamiento. El negocio se utilizará dos fuentes de financiamiento; una interna conformada por el capital aportado por los socios el cuál será del 70 % y la otra externa a través de una entidad financiera que se encuentra en la ciudad de Chota el cuál será del 30 %.

Estructura de Financiamiento.

Tabla 90

Estructura de financiamiento (en soles)

Detalle	Préstamo	Recursos Propios	Total
Inversión Fija	S/ 0,00	S/ 34 272.19	S/ 34 272.19
Capital de Trabajo	S/ 29 376.16	S/ 34 272.19	S/ 63 648.36

Inversión Total	S/ 29 376.16	S/ 68 544.38	S/ 97 920.55
Participación			
Porcentual %	30%	70%	100%

Elaboración. Autores del proyecto

Servicio de la Deuda.

- ✓ Entidad Financiera: Mi Banco
- ✓ Préstamo: S/ 29 376.16
- ✓ TCEA: 60%
- ✓ Tasa de interés: TEM 3.99 %
- ✓ Forma de pago: Mensual
- ✓ Plazo de amortización: 2 años

Tabla 91*Cuadro de servicio de la deuda (en soles)*

PERIODO	SALDO	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA	INTERES ANUAL	AMORTIZACION ANUAL
0	S/ 29,376.16	3.99%		S/ 1,925.59		
1	S/ 29,376.16	S/ 1,173.40	S/ 752.18	S/ 1,925.59		
2	S/ 28,623.98	S/ 1,143.36	S/ 782.23	S/ 1,925.59		
3	S/ 27,841.75	S/ 1,112.11	S/ 813.47	S/ 1,925.59		
4	S/ 27,028.28	S/ 1,079.62	S/ 845.97	S/ 1,925.59		
5	S/ 26,182.31	S/ 1,045.83	S/ 879.76	S/ 1,925.59		
6	S/ 25,302.56	S/ 1,010.69	S/ 914.90	S/ 1,925.59		
7	S/ 24,387.66	S/ 974.14	S/ 951.44	S/ 1,925.59		
8	S/ 23,436.21	S/ 936.14	S/ 989.45	S/ 1,925.59		
9	S/ 22,446.76	S/ 896.62	S/ 1,028.97	S/ 1,925.59		
10	S/ 21,417.79	S/ 855.51	S/ 1,070.07	S/ 1,925.59		
11	S/ 20,347.72	S/ 812.77	S/ 1,112.82	S/ 1,925.59		
12	S/ 19,234.91	S/ 768.32	S/ 1,157.27	S/ 1,925.59	S/ 11,808.52	S/ 11,298.52
13	S/ 18,077.64	S/ 722.10	S/ 1,203.49	S/ 1,925.59		
14	S/ 16,874.15	S/ 674.02	S/ 1,251.56	S/ 1,925.59		
15	S/ 15,622.58	S/ 624.03	S/ 1,301.56	S/ 1,925.59		
16	S/ 14,321.03	S/ 572.04	S/ 1,353.55	S/ 1,925.59		
17	S/ 12,967.48	S/ 517.97	S/ 1,407.61	S/ 1,925.59		
18	S/ 11,559.87	S/ 461.75	S/ 1,463.84	S/ 1,925.59		
19	S/ 10,096.03	S/ 403.28	S/ 1,522.31	S/ 1,925.59		
20	S/ 8,573.72	S/ 342.47	S/ 1,583.12	S/ 1,925.59		
21	S/ 6,990.60	S/ 279.23	S/ 1,646.35	S/ 1,925.59		
22	S/ 5,344.25	S/ 213.47	S/ 1,712.12	S/ 1,925.59		
23	S/ 3,632.13	S/ 145.08	S/ 1,780.50	S/ 1,925.59		
24	S/ 1,851.63	S/ 73.96	S/ 1,851.63	S/ 1,925.59	S/ 5,029.41	S/ 18,077.64
TOTAL		S/ 16,837.93	S/ 29,376.16	S/ 0.00	16,837.93	S/ 29,376.16

Elaboración. Autores del proyecto

3.10.3 Estudio de Ingresos y Egresos

Ingresos.

Fuentes de Ingresos del Proyecto. El rubro al que se orienta el proyecto corresponde al sector pecuario, todos los ingresos se obtienen por la venta de cuyes vivos, tanto adulto como los de recia, se describe en la siguiente tabla.

Tabla 92

Ingresos anuales por la venta de cuyes de recría (en soles)

Detalle	Período				
	Enero - diciembre 2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
Cantidad	S/ 3 975.00	S/ 5 696.00	S/ 6 704.00	S/ 8 568.00	S/ 15 005.00
Precio por Und	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Total	S/ 119 250.00	S/ 170 880.00	S/ 201 120.00	S/ 257 040.00	S/ 450 150.00

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 93

Ingresos anuales por la venta de cuyes adultos (en soles)

Detalle	Período				
	Enero - diciembre 2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
Cantidad	S/ 550.00	S/ 605.00	S/ 726.00	S/ 944.00	S/ 1 321.00
Precio por Und	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Ingresos	S/ 16 500.00	S/ 18 150.00	S/ 21 780.00	S/ 28 320.00	S/ 39 630.00

Nota. La formación del precio se detalla en el anexo 0004

Elaboración. Autores del proyecto

Valor Residual del Proyecto. Es el precio de venta de un activo (bienes y derechos) después de que haya llegado al final de su vida útil, al término del quinto año el proyecto tendrá un valor residual de S/ 10 864.

Para efectos de establecer el monto del valor residual de los activos del proyecto, procederemos a deducir la depreciación de activos para los próximos 5 años, con una tasa de depreciación de acuerdo a la norma para cada rubro a continuación describimos el monto de valor residual, como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 94*Depreciación de activos y valor residual*

DETALLE	TASA	MONTO	P E R I O D O					
			2023 - 2027					
			1	2	3	4	5	Valor Residual
MAQUINARIA Y EQUIPO		S/ 26,417.20	S/ 5,283.44	S/ 5,283.44	S/ 5,283.44	S/ 5,283.44	S/ 5,283.44	S/-0.00
Moto carguera	20%	S/ 6,500.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	S/ 0.00
Herramientas	20%	S/ 5,147.00	S/ 1,029.40	S/ 1,029.40	S/ 1,029.40	S/ 1,029.40	S/ 1,029.40	S/ 0.00
Equipo	20%	S/ 14,770.20	S/ 2,954.04	S/ 2,954.04	S/ 2,954.04	S/ 2,954.04	S/ 2,954.04	S/-0.00
MUEBLES Y ENSERES		S/ 875.00	S/ 87.50	S/ 87.50	S/ 87.50	S/ 87.50	S/ 87.50	S/ 437.50
Sillas	10%	S/ 105.00	S/ 10.50	S/ 10.50	S/ 10.50	S/ 10.50	S/ 10.50	S/ 52.50
Escritorio	10%	S/ 150.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 15.00	S/ 75.00
Silla para escritorio	10%	S/ 120.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 60.00
Estante archivador	10%	S/ 200.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 100.00
Suministros diversos	10%	S/ 300.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 150.00
OBRAS CIVILES		S/ 13,902.00	S/ 695.10	S/ 695.10	S/ 695.10	S/ 695.10	S/ 695.10	S/ 10,426.50
Infraestructura	5%	S/ 13,902.00	S/ 695.10	S/ 695.10	S/ 695.10	S/ 695.10	S/ 695.10	S/ 10,426.50
TOTAL		S/ 41,194.20	S/ 6,066.04	S/ 6,066.04	S/ 6,066.04	S/ 6,066.04	S/ 6,066.04	S/ 10,864.00

Elaboración. Autores del proyecto

Egresos.**Costo de Producción.****Tabla 95***Presupuesto de materia prima (en soles)*

Detalle	Período				
	2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
Reproductores HM	S/ 24 475.00	S/ 18 510.00	S/ 22 200.00	S/ 28 890.00	S/ 40 410.00
Alimentación	S/ 33 587.29	S/ 57 914.59	S/ 69 633.50	S/ 82 960.39	S/ 21 684.26

Agua	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00
Sanidad	S/ 1 453.50	S/ 1 770.00	S/ 2 063.00	S/ 2 372.80	S/ 2 553.80
Total	S/ 59 539.79	S/ 78 218.59	S/ 93 920.50	S/ 114 247.19	S/ 64 672.06

Nota. La materia prima directa como el alimento y los cuyes reproductores se detalla en el anexo 005

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 96

Presupuesto de mano de obra directa (en soles)

Detalle	Período 2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
Galponero	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00
Total M.O.D.	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 97

Total, de costos directos de producción (en soles)

Detalle	Período 2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
M.O.D.	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00
M.P.D.	S/ 59 539.79	S/ 78 218.59	S/ 93 920.50	S/ 114 247.19	S/ 64 672.06
Total	S/ 70 975.79	S/ 89 654.59	S/ 105 356.50	S/ 125 683.19	S/ 76 108.06

Nota. La mano de obra se detalla en el anexo 06

Elaboración. Autores del proyecto

Costo Indirectos de Producción.

Tabla 98*Presupuesto de mano de obra indirecta (en soles)*

Detalle	Período 2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
Gerente general	S/ 16 428.00	S/ 16 428.00	S/ 16 428.00	S/ 16 428.00	S/ 16 428.00
Contador	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00
Asistente técnico	S/ 400.00	S/ 400.00	S/ 400.00	S/ 400.00	S/ 400.00
Total	S/ 17 428.00	S/ 17 428.00	S/ 17 428.00	S/ 17 428.00	S/ 17 428.00

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 99***Presupuesto de materia prima indirecta (en soles)*

Detalle	Período 2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
Adm. y ventas	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00
Útiles de oficina	S/ 152.00	S/ 152.00	S/ 152.00	S/ 152.00	S/ 152.00
Mat. de limpieza	S/ 148.00	S/ 148.00	S/ 148.00	S/ 148.00	S/ 148.00
Producción	S/ 11 450.40	S/ 1 182.80	S/ 2 564.40	S/ 4 542.40	S/ 7 797.60
Para la alimentación	S/ 11 450.40	S/ 1 182.80	S/ 2 564.40	S/ 4 542.40	S/ 7 797.60
Total	S/ 11 750.40	S/ 1 482.80	S/ 2 864.40	S/ 4 842.40	S/ 8 097.60

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 100***Costos indirectos variables y fijos (en soles)*

Detalle	Período 2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
CIF Variables	S/ 6 026.50	S/ 8 335.30	S/ 9 803.00	S/ 12 509.60	S/ 21 367.80
Agua	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00

Energía eléctrica	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00
Transporte	S/ 5 885.50	S/ 8 191.3	S/ 9 659.00	S/ 12 365.60	S/ 21 223.80
CIF Fijos	S/ 8 666.04	S/ 6 666.04	S/ 6 666.04	S/ 6 666.04	S/ 6 666.04
Alquiler de terreno	S/ 2 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00
Depreciación	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04
Total	S/ 14 692.54	S/ 15 001.34	S/ 16 469.04	S/ 19 175.64	S/ 28 033.84

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 101

Presupuesto de gastos de administración y ventas

Detalle	Período 2020 - 2024				
	1	2	3	4	5
Administración	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00
Mano de Obra	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00
Ventas	S/ 840.00	S/ 840.00	S/ 840.00	S/ 840.00	S/ 840.00
Publicidad	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00
Telefonía e internet	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00
Total	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00

Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 102

Resumen de costos indirectos de producción (en soles)

Detalle	Período 2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
M.P.I.	S/ 11 750.40	S/ 1 482.80	S/ 2 864.40	S/ 4 842.40	S/ 8 097.60
M.O.I.	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00
C.I. variables y fijos	S/ 13 977.54	S/ 14 214.84	S/ 15 525.24	S/ 17 948.44	S/ 26 316.54

C.I. Adm. y ventas	S/ 840.00	S/ 840.00	S/ 840.00	S/ 840.00	S/ 840.00
Total	S/ 60 623.94	S/ 50 593.64	S/ 53 285.64	S/ 57 686.84	S/ 69 310.14

Elaboración. Autores del proyecto

Gastos Financieros.

Tabla 103

Gastos financieros (en soles)

	Año 1	Año 2
	S/ 1 173.40	S/ 722.10
	S/ 1 143.36	S/ 674.02
	S/ 1 112.11	S/ 624.03
	S/ 1 079.62	S/ 572.04
	S/ 1 045.83	S/ 517.97
	S/ 1 010.69	S/ 461.75
	S/ 974.14	S/ 403.28
	S/ 936.14	S/ 342.47
	S/ 896.62	S/ 279.23
	S/ 855.51	S/ 213.47
	S/ 812.77	S/ 145.08
	S/ 768.32	S/ 73.96
Total	S/ 11 808.52	S/ 5 029.41

Elaboración. Autores del proyecto

3.10.4 Amortización de Intangible

Tabla 104

Amortización de intangible

Detalle Intangibles	Costo	%	Período 2023 - 2027				
			1	2	3	4	5
Búsqueda en registros públicos	S/5.00	20%	S/1.00	S/1.00	S/1.00	S/1.00	S/1.00
Inscripción en registros públicos	S/25.00	20%	S/5.00	S/5.00	S/5.00	S/5.00	S/5.00
Minuta de constitución	S/250.00	20%	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/50.00
Inscripción en el registro	S/100.00	20%	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00
Obtención del RUC (Pasajes)	S/16.00	20%	S/3.20	S/3.20	S/3.20	S/3.20	S/3.20
Legalización de los Libros Contables y Planillas	S/100.00	20%	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00	S/20.00
Comprobantes de pago (Impresión).	S/50.00	20%	S/10.00	S/10.00	S/10.00	S/10.00	S/10.00
Trámites de licencia municipal	S/60.00	20%	S/12.00	S/12.00	S/12.00	S/12.00	S/12.00
Búsqueda fonética	S/20.00	20%	S/4.00	S/4.00	S/4.00	S/4.00	S/4.00
Búsqueda figurativa	S/40.00	20%	S/8.00	S/8.00	S/8.00	S/8.00	S/8.00
Pago por derecho de registro	S/500.00	20%	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00
Gastos en la elaboración del proyecto	S/600.00	20%	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00
Total	S/1766.00	20%	S/353.20	S/353.20	S/353.20	S/353.20	S/353.20

Elaboración. Autores del proyecto

3.10.5 Estructura de Costos

Tabla 105

Estructura de costos fijos y variables (en soles)

Detalle	Período				
	2023 – 2027				
	1	2	3	4	5
Costos Variables	S/ 77 316.69	S/ 88 036.69	106 587.90	S/ 131 599.19	S/ 94 137.46
Costos variables directos	S/ 71 290.19	S/ 79 701.39	S/ 96 784.90	S/ 119 089.59	S/ 72 769.66
MP	S/ 71 290.19	S/ 79 701.39	S/ 96 784.90	S/ 119 089.59	S/ 72 769.66
Costos variables indirectos	S/ 6 026.50	S/ 8 335.30	S/ 9 803.00	S/ 12 509.60	S/ 21 367.80
Agua	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00
Energía eléctrica	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00
Transporte	S/ 5 882.50	S/ 8 191.3.80	S/ 9 659.00	S/ 12 365.60	S/ 21 223.80
Costos Fijos	S/ 37 370.04	S/ 35 370.04	S/ 35 370.04	S/ 35 370.04	S/ 35 370.04
Costos fijos directos	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00
MOD	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00	S/ 11 436.00
Costos fijos indirectos	S/ 25 934.04	S/ 23 934.04	S/ 23 934.04	S/ 23 934.04	S/ 23 934.04
MOI	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00	S/ 17 028.00
Alquiler del local	S/ 2 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00
Depreciación.	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04
Publicidad	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00
Total	S/ 114 686.73	S/ 123 406.73	S/ 141 957.94	S/ 166 969.23	S/ 129 507.50

Elaboración. Autores del proyecto

3.10.6 Punto de Equilibrio

Tabla 106

Punto de equilibrio en unidades y soles

Año	Ventas Totales (VT.)	Costos Fijos (CF.)	Costos Variables (CV.)	Precio de Venta Unitario (Pvu.)	Costo Variable Unitario (Cvu.)	Punto de Equilibrio en S/ CF/(1-CV/VT)	Punto de Equilibrio en Und CF/(Pvu-Cvu)
1	S/ 135 750.00	S/ 37 370.04	S/ 77 316.69	S/ 30.00	S/ 16.99	S/ 86 816.63	2 871
2	S/ 189 030.00	S/ 37 370.04	S/ 88 036.69	S/ 30.00	S/ 15.53	S/ 69 945.81	2 582
3	S/ 222 900.00	S/ 37 370.04	S/ 106 587.90	S/ 30.00	S/ 15.48	S/ 71 615.78	2 574
4	S/ 285 360.00	S/ 37 370.04	S/ 131 599.19	S/ 30.00	S/ 14.51	S/ 69 353.92	2 413
5	S/ 489 780.00	S/ 37 370.04	S/ 94 137.46	S/ 30.00	S/ 5.96	S/ 46 261.70	1 555

Elaboración. Autores del proyecto

3.10.7 Estados Financieros

Los estados financieros indican la situación económica y financiera del proyecto en un determinado momento.

Estado de Ganancias y Pérdidas. En las siguientes tablas se detalla el estado de ganancias y pérdidas económico y financiero para el horizonte del proyecto.

Tabla 107*Estado de ganancias y pérdidas económicas (en soles)*

Detalle	Período				
	2023 – 2027				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	S/ 152 250.00	S/ 207 180.00	S/ 244 680.00	S/ 313 680.00	S/ 529 410.00
(Costos de producción) Cv	S/ 76 858.29	S/ 97 015.50	S/ 115 881.74	S/ 138 048.79	S/ 97 331.86
Utilidad Bruta	S/ 75 391.71	S/ 109 334.11	S/ 129 664.50	S/ 175 631.21	S/ 432 078.14
(Costos. de Adm. /Vtas)	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00
Utilidad Operativa	S/ 57 523.71	S/ 91 466.11	S/ 111 796.50	S/ 157 763.21	S/ 414 210.14
(Depreciación)	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04
Utilidad Ant/ Impt.	S/ 51 457.67	S/ 85 400.07	S/ 105 730.46	S/ 151 697.17	S/ 408 144.10
(Impuestos) (RER) 1.5%	S/ 2 283.75	S/ 3 107.70	S/ 3 670.20	S/ 4 705.20	S/ 7 941.15
Utilidad Neta	S/ 49 173.92	S/ 82 292.37	S/ 102 060.26	S/ 146 991.97	S/ 400 202.95

*Elaboración. Autores del proyecto***Flujo de Caja Económico.****Tabla 108***Flujo de caja económico*

DETALLE	P E R I O D O					
	2023 - 2027					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		S/ 152,250.00	S/ 207,180.00	S/ 244,680.00	S/ 313,680.00	S/ 540,274.00
Ingreso por venta		S/ 152,250.00	S/ 207,180.00	S/ 244,680.00	S/ 313,680.00	S/ 529,410.00
Valor residual						S/ 10,864.00
EGRESOS		S/ 97,010.04	S/ 118,821.59	S/ 136,553.70	S/ 160,621.99	S/ 123,141.01
Inversion inicial	S/.-97,920.55					
Costo de venta		S/ 76,858.29	S/ 97,845.89	S/ 115,015.50	S/ 138,048.79	S/ 97,331.86
Gasto de Adm. y Ventas		S/ 17,868.00	S/ 17,868.00	S/ 17,868.00	S/ 17,868.00	S/ 17,868.00
Pago del impuesto a la renta		S/ 2,283.75	S/ 3,107.70	S/ 3,670.20	S/ 4,705.20	S/ 7,941.15
FNCE	S/.-97,920.55	S/ 55,239.96	S/ 88,358.41	S/ 108,126.30	S/ 153,058.01	S/ 417,132.99

Elaboración. Autores del proyecto

Estado de Ganancias y Pérdidas Económico – Financiero.

Tabla 109

Estado de ganancias y pérdidas económico - financiero

Detalle	Período				
	2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
Ingreso por Ventas	S/ 152 250.00	S/ 207 180.00	S/ 244 680.00	S/ 313 680.00	S/ 529 410.00
(Costos de producción)	S/ 76 858.29	S/ 97 845.89	S/ 115 015.50	S/ 138 048.79	S/ 97 331.86
Utilidad Bruta	S/ 75 391.71	S/ 109 334.11	S/ 129 664.50	S/ 175 631.21	S/ 432 078.14
(Costos. de Adm/Vtas)	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00	S/ 17 868.00
Utilidad Operativa	S/ 57 523.71	S/ 91 466.11	S/ 111 796.50	S/ 157 763.21	S/ 414 210.14
(Depreciación)	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04	S/ 6 066.04
(Gastos Financ. /Intereses)	S/ 11 808.52	S/ 5 029.41	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Utilidad Ant/ Impt.	S/ 39 649.14	S/ 80 370.66	S/ 105 730.46	S/ 151 697.17	S/ 408 144.10
(Impuestos) (RER)	S/ 2 283.75	S/ 3 107.70	S/ 3 670.20	S/ 4 705.20	S/ 7 941.15
Utilidad Neta	S/ 37 365.39	S/ 77 262.96	S/ 102 060.26	S/ 146 991.97	S/ 400 202.95

Elaboración. Autores del proyecto

Flujo de Caja Económico – Financiero.

Tabla 110

Flujo de caja económico - financiero

Detalle	Período					
	2023 - 2027					
	0	1	2	3	4	5
F. Económico	S/ -97 920.55	S/ 55 239.96	S/ 88 358.41	S/ 108 126,30	S/ 153 058.01	S/ 417 132.99
Préstamo	S/ 29 376.16					
Amortización		S/ 11.257,27	S/ 18.077,64	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00
Interés		S/ 11.765,41	S/ 5 029,41	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00
FNCEF	S/ -68.294,13	S/ 32.132,91	S/ 65 251.36	S/ 108 126.30	S/ 153 058.01	S/ 417 132.99

Elaboración. Autores del proyecto

*Balance General.***Tabla 111***Balance general*

Descripción	Período 2023 – 2027					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO						
Activo Corriente						
Caja – Bancos	S/ 19 315.25	S/ 51 448.16	S/ 116 699.52	S/ 224 825.82	S/ 377 883.83	S/ 795 016.83
Mercaderías	S/ 35.645,10	S/ 35.645,10	S/ 79.701,39	S/ 96.784,90	S/ 119.089,59	S/ 72.769,66
Total, Activo Corriente	S/ 54 960.35	S/ 66.002,20	S/ 152.996,24	S/ 250.886,51	S/ 392.771,17	S/ 867 786.48
Activo No Corriente						
Maquinaria y equipo	S/ 40.619,20	S/ 40.619,20	S/ 40.619,20	S/ 40.619,20	S/ 40.619,20	S/ 29.755,20
Mueble y enseres	S/ 575,00	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00
Depreciación Acumulada		S/. -6.066,04	S/. -12.132,08	S/. -18.198,12	S/. -24.264,16	S/. -30.330,20
Amortización Acumulada	S/ 1.766,00	S/ 1.412,80	S/ 1.059,60	S/ 706,40	S/ 353,20	S/ 0,00
Total, Activo No Corriente	S/ 42.960,20	S/ 35.965,96	S/ 29 546.72	S/ 23.127,48	S/ 16.708,24	S/. -575,00
TOTAL, ACTIVO PASIVO	S/ 97 920.55	S/ 123 059.22	S/ 225 947.63	S/ 344 738.20	S/ 513 681.66	S/ 867 211.48
PASIVO						
Pasivo Corriente						
Préstamo	S/ 11 298.52					
Tota Pasivo Corriente	S/ 11 298.52					
Pasivo No Corriente						
Préstamo	S/ 18 077.64					
Total, Pasivo No Corriente	S/ 18 077.64					
TOTAL, PASIVO PATRIMONIO	S/ 29 376.16					
PATRIMONIO						
Capital Social	S/ 68 544.38	S/ 68 544.38	S/ 68 544.38	S/ 68 544.38	S/ 68 544.38	S/ 68 544.38
Utilidades Acumuladas		S/ 54 514.83	S/ 151 403.25	S/ 276 193.82	S/ 445 137.28	S/ 798 667.10
TOTAL, PATRIMONIO	S/ 68 544.38	S/ 123 059.22	S/ 225 947.63	S/ 344 738.20	S/ 513 681.66	S/ 867 211.48
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	S/ 97 920.55	S/ 123 059.22	S/ 225 947.63	S/ 344 738.20	S/ 513 681.66	S/ 867 211.48

Elaboración. Autores del proyecto

3.10.8 Evaluación Económica y Financiera

Los indicadores utilizados para la evaluación del proyecto son.

Valor Actual Neto – VAN. Es el valor actual de los beneficios netos al final del proyecto.

Tabla 112

Valor actual neto (flujo de caja económico en soles)

COK	20%
Años	Flujo Neto
0	S/. -97 920.55
1	S/ 55 239.96
2	S/ 88 358.41
3	S/ 108 126.30
4	S/ 153 058.01
5	S/ 417 132.99
VANE	S/ 313 494.94

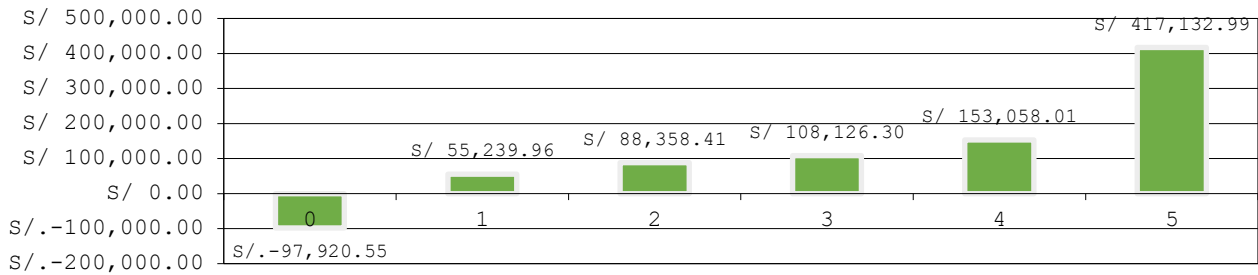
Elaboración. Autores

económico anual

Figura 18

Flujo neto de caja

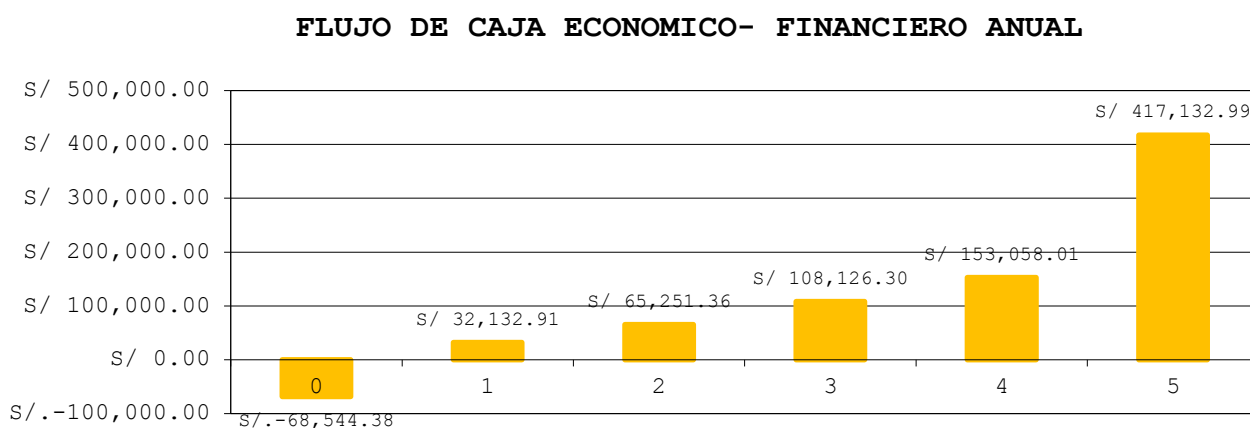
FLUJO NETO DE CAJA ECONOMICO ANUAL



Elaboración. Autores del proyecto

Tabla 113*Valor actual neto (flujo de caja financiero en soles)*

COK	15%
Años	Flujo Neto
0	S/. -68 544.38
1	S/ 32 132.91
2	S/ 65 251.36
3	S/ 108 126.30
4	S/ 153 058.01
5	S/ 417 132.99
VANEF	S/ 374 731.71

*Elaboración. Autores del proyecto***Figura 19***Flujo de caja económico – financiero**Elaboración. Autores del proyecto*

Tasa Interna de Retorno (TIRE). Es una tasa porcentual que indica la rentabilidad promedio anual que genera el capital que permanece invertido en el proyecto, para calcular la TIR se utilizó una tasa de descuento del 20%.

Tabla 114

Tasa interna de retorno económico

Años	Flujo Neto de Caja Económico
0	S/. -97 920.55
1	S/ 55 239.96
2	S/ 88 358.41
3	S/ 108 126.30
4	S/ 153 058.01
5	S/ 417 132.99
TIRE	90%

*Elaboración. Autores del proyecto***Tabla 115***Tasa interna de retorno económico - financiera*

Años	Flujo Neto de Caja Económico - Financiero
0	S/. -68 544.38
1	S/ 32 132.91
2	S/ 65 251.36
3	S/ 108 126.30
4	S/ 153 058.01
5	S/ 417 132.99
TIREF	100%

Elaboración. Autores del proyecto

Periodo de Recuperación. Es un indicador que muestra el número de años necesarios para que el inversionista logre recuperar el capital invertido en el proyecto, lo cual para el presente proyecto dicha inversión se logra recuperar en el periodo de 2 años, y 4 días.

Tabla 116

Flujo de caja económico para cálculo del periodo de recuperación

Detalle	Período					
	2023 – 2027					
	0	1	2	3	4	5
FNCE	S/ 97 920.55	S/ 55 239.96	S/ 88 358.41	S/ 108 126.30	S/ 153 058.01	S/ 417 132.99

Elaboración. Autores del proyecto

$$P.R = a + (b - c) / d$$

Donde:

a = Numero entero del primer año

b = Inversión

c = Flujo acumulado del primer año

d = Flujo normal del siguiente año

$$P.R = 1 + \frac{97\,920.55 - 55\,239.96}{88\,358.41} = 1.4830393621$$

P.R = 1 Años.

P.R = 5 Meses.

P.R = 23 Días.

Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

- ✓ Existe una demanda insatisfecha para el año 2023 de 26%, para el año 2024 de 22%, para el año 2025 de 17%, año 2026 de 13% y para el año 2027 de 8%, teniendo un promedio de demanda insatisfecha de 20%.
- ✓ Puentesilla, es un lugar adecuado para crianza de cuyes, por sus condiciones climáticas, recursos hídricos, extensiones de terreno para el cultivo del forraje y conexiones para la comercialización con la ciudad de Jaén y Chiclayo.
- ✓ Entre las alternativas societarias, se eligió a la Sociedad comercial de Responsabilidad limitada y el manejo de la empresa será en base a las áreas correspondientes, entre ellos tenemos, la gerencia general, logística, producción y marketing.
- ✓ Se ha fijado estrategias de posicionamiento (Liderazgo de costos, diferenciación y enfoque) y comercialización (precio, producto, plaza y promoción) para entrar al mercado teniendo en cuenta las exigencias del mercado.
- ✓ Se determinó la viabilidad económica y financiera para el funcionamiento de la granja “Puentesilla, granja de cuyes”; se obtuvo un VAN económico de S/ 313 494.94 y un VAN financiero de S/ 374 731.75, también se obtuvo una TIR económica de 90% y una TIR financiera de 100%. Adicionalmente se concluyó el periodo de recuperación de la inversión es de 01 año, 5 meses y 23 días.

Referencias

- Ministerio de Agricultura y Riego. (19 de febrero de 2019). *Potencial del mercado internacional para la carne de cuy*. Obtenido de <https://bibliotecavirtual.midagri.gob.pe/index.php/analisis-economicos/estudios/2019/19-potencial-del-mercado-interno-de-carne-de-cuy-2019/file>
- Alcázar, P. (24 de julio de 2017). *Relación Empresa - Cliente*. Obtenido de https://www.edebe.com/ciclosformativos/zona-publica/UT09_830030_LA_CEyAC_CAS.pdf
- Alma Noticias. (17 de mayo de 2019). Obtenido de <https://portal.regioncajamarca.gob.pe/noticias/cajamarca-primera-regi-n-productora-de-cuyes>
- Andina. (18 de Octubre de 2018). *El 50% de la población de Lambayeque se concentra en cuatro distritos*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-el-50-de-poblacion-lambayeque-se-concentracuatro-distritos-728936.aspx>
- Andina. (13 de octubre de 2019). *Lambayeque produce 600,000 cuyes y demanda va en aumento*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-lambayeque-produce-600000-cuyes-y-demanda-va-aumento-769576.aspx>
- Ascurra, A., & Cotrina, H. (2016). Diseño de una cadena de suministros para los productores de cuy del valle Condebamba - Cajabamba, para incrementar su nivel de competitividad. *Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial*. Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/6949/Ascurra%20Alarc%c3%b3n%20Alfredo%20Cotrina%20D%c3%adaz%20Hugo%20C%c3%a9sar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ataucusi, S. (Noviembre de 2015). *Manejo Técnico de la Crianza de Cuyes en la Sierra del Perú*. [archivo PDF]. Obtenido de <http://draapurimac.gob.pe/sites/default/files/revistas/MANUAL%20CUY%20PDF.pdf>

- Balanko, G. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México: Mc Graw - Hill Interamericana. Obtenido de <https://theoffice.pe/wp-content/uploads/Como%20preparar%20un%20plan%20de%20negocios%20exitoso.pdf>
- Benavides, E. (2018). Análisis de la facturación electrónica como un mecanismo de prevención del fraude fiscal internacional. (*Tesis de maestría*). Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6028/1/T2520-MPTFI-Benavides-Analisis.pdf>
- Cando, P., & Tipán, M. (2017). Estudio de Factibilidad del Proyecto: Crianza, Producción y Comercialización de Cuyes como Alternativa de Mejoramiento de la Socioeconómica de los Moradores de la Parroquia Lican, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo. *Tesis previa a la obtención del título de ingeniería en finanzas*. Universidad Central del Ecuador, Cantón Riobamba. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9472/1/T-UCE-0005-006-2017.pdf>
- Castro, J. (11 de Agosto de 2016). *Importancia de la tecnología en las PyMEs y empresas en crecimiento*. Obtenido de <https://blog.corponet.com.mx/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento>
- Centro Ecuménico de Promoción y Acción Social Norte. (19 de noviembre de 2016). Obtenido de <https://www.cedepas.org.pe/noticias/en-cajamarca-y-lambayeque-aument%C3%B3-la-venta-de-cuy-en-un-233-y-161>
- Centro Nacional de Alimentación y Nutrición del Instituto Nacional de Salud. (20 de setiembre de 2022). *Andina*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-carne-cuy-estas-son-las-bondades-nutricionales-este-alimento-ancestral-andino-756728.aspx>
- Chauca, L., Florián, A., Gamarra, J., Higaonna, R., & Muscari, J. &. (1994). *Proyecto sistemas de producción de cuyes - Tomo II*. Lima: Instituto Nacional de Investigación Agraria - INIA. Obtenido de <http://repositorio.inia.gob.pe/handle/20.500.12955/342>

- Díaz, A. (2014). *Evaluación de la producción y comercialización de cuyes en el marco del proyecto "PROCUY" en el distrito de El Mantaro -Jauja. Junín*. (Tesis de pregrado), Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.
- El Peruano. (29 de diciembre de 2019). *Normas Legales*. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/470601/DS401_2019EF.pdf
- Escuela de Administración de negocios para graduados. (23 de julio de 2018). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-influyen-las-tendencias-ambientales-en-las-funciones-empresariales>
- Franklin, E. (2009). *Organización de Empresas*. México: Mc Graw Hill Educación. Obtenido de <https://naghelsy.files.wordpress.com/2016/01/enrique-franklin-organizacion-de-empresas.pdf>
- Fundación Empresa Universidad de Alicante. (28 de noviembre de 2017). *Análisis del micro-entorno en la empresa: el modelo de Porter | Bartolomé Marco | Máster en Dirección y Gestión de Empresas | Universidad de Alicante | MDE*. Obtenido de <https://www.unniun.com/analisis-del-micro-entorno-la-empresa-modelo-porter-bartolome-marco-master-direccion-gestion-empresas-universidad-alicante-mde/>
- Gestión, D. (20 de enero de 2023). *¿Cuáles son la diferencias entre SA, SAC, EIRL y SAA?* Obtenido de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/tipos-empresa-diferencia-sa-sac-srl-eirl-saa-razon-social-nnda-nnlt-251229-noticia/>
- Graddy, K., Krugman, P., & Wells, R. (2015). *Fundamentos de Economía*. España: Editorial Reverté S.A. Obtenido de <https://www.reverte.com/media/reverte/files/book-attachment-2247.pdf>
- Instituto Nacional de Defensa Civil. (01 de noviembre de 2005). *Programa de prevención y medidas de mitigación ante desastres de la ciudad de Jaén*. Obtenido de http://bvpad.indeci.gob.pe/doc/estudios_CS/Region_cajamarca/jaen/jaen.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (20 de noviembre de 2019). *Principales resultados pequeñas, medianas y grandes unidades agropecuarias 2014 - 2018*. Obtenido de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1697/libro.pdf

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (19 de junio de 2021). Obtenido de <https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-agropecuaria-ena-2019-instituto-nacional-de-estadistica-e-informatica-inei>
- Jaramillo, S.; Tacuri, L. & Trelle, D. (2018). Planeación estratégica de marketing y su importancia en las empresas. *INNOVA Research Journal*, 3(10), 170. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3785/3/%E2%80%9CPlaneaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20de%20marketing%20y%20su%20importancia%20en%20las%20empresas%E2%80%9D.pdf>
- Kast, F., & Rosenzweig, J. (26 de octubre de 1977). *Enfoque Sistémico - Teoría General de Sistemas aplicada a la Administración*. Obtenido de <https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2011/11/enfoque-sistemico-actualizado.pdf>
- Keller, K., & Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf
- Keller, K., & Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing*. Mexico: Pearson.
- Loreto, E. (12 de noviembre de 2019). *Cuadro comparativo cuy*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/569219719/CUADRO-COMPARATIVO-CUY#>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (31 de enero de 2022). *Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/agrorural/noticias/580327-agro-rural-invertira-mas-de-700-mil-soles-en-capacitaciones-para-familias-productoras-dedicadas-a-la-crianza-de-cuyes>
- Minsal, D., & Pérez, Y. (16 de abril de 2017). *Acimed*. Obtenido de http://eprints.rclis.org/10620/1/10-Organizaci%C3%B3n_funcional%2C_matricial.pdf

- Montes, T. (25 de setiembre de 2012). *Asistencia técnica dirigida en crianza tecnificada de cuyes*. Obtenido de <https://corporacionbiologica.info/wp-content/uploads/2021/05/Gu-Tec.-Crian-Tecnf-de-Cuyes.pdf>
- Parlamento Andino. (18 de abril de 2021). *Chiclayo Capital de la amistad, la cultura y el turismo celebra su fundación*. Obtenido de <https://parlamentoandino.org/index.php/actualidad/noticias/162-chiclayo-capital-de-la-amistad-la-cultura-y-el-turismo-celebra-su-fundacion#:~:text=Chiclayo%20es%20la%20capital%20la,Amistad%20debido%20a%20la%20hospitalidad>
- Pinson, L. (2003). *Anatomía de un Plan de Negocio: Una guía para levantar el negocio y asegurar el futuro de su compañía*. Estados Unidos: Out of your mind. Obtenido de <https://docplayer.es/4377649-Plan-de-negocio-linda-pinson-una-guia-gradual-para-lavantar-el-negocio-y-asegurar-el-futuro-de-su-compania-2003-edicion-anatomia-de-un.html>
- Sánchez, J. (2019). Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de la Carne de Cuy en el Mercado Arequipeño. *Tesis para optar el grado académico de bachiller en Ingeniería Industrial*. Universidad Católica San Pablo, Arequipa. Obtenido de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/16024/1/SANCHEZ_QUILLA_JUA_CUY.pdf
- Servicio Nacional de Saneamiento. (28 de octubre de 2019). *Cajamarca es el principal productor de cuy en el Perú*. Obtenido de <https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/cajamarca-es-el-principal-productor-de-cuy-en-el-peru/>
- Szanto, R. (2017). Estrategias genéricas y cadena de valor, aplicada a los servicios. *Conference: ACACIA*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/314237352_Estrategias_genericas_y_cadena_de_valor_aplicada_a_los_servicios

- Terry, O. (15 de enero de 2007). *Organigrama empresarial*. Obtenido de <http://www.conafor.gob.mx:8080/documentos/docs/21/1323Tema%202%20Organigrama%20Empresarial.pdf>
- Torres, V. (2021). Evaluación de la gestión de proveedores en la Universidad de Holguín. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 6(1), 220. Obtenido de Dialnet-EvaluacionDeLaGestionDeProveedoresEnLaUniversidadD-8273825.
- Ureña, A. A. (2020). *Efecto de la asociatividad en la productividad de los productores de cuyes del distrito de Sapallanga - Huancayo 2019*. (Tesis de pregrado), Universidad Continental, Huancayo.
- Vásquez, R. (15 de enero de 2020). *Insumos para Preparar el Alimento Balanceado*.
- Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Estados Unidos: Nathan Associates Inc. Obtenido de http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf
- Zambrano, O. (2015). "Costos de Producción de la Crianza Artesanal y Tecnológica del Cuy (Cavia Porcellus) en Cajamarca. *Tesis para optar el grado de Magister Scientiae en Agronegocios*. Universidad Nacional Agraria, Lima. Obtenido de <https://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12996/1611/E16.Z35-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zambrano, R. (2017). Diagnóstico Situacional de la Crianza y Comercialización de Cuyes en el Distrito de Pítipa Provincia de Ferreñafe, Región Lambayeque. *Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Zootecnista*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque. Obtenido de <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/1287/BC-TES-TMP-120.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zorita, E. (2015). *Plan de negocio*. España: ESIC Editorial. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=L1HoBwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Anexos

Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL			
¿Es viable la elaboración de un plan de negocio para la instalación de una granja de cuyes en la comunidad de Puentesilla, y su comercialización en las ciudades de Jaén y Chiclayo?	Elaborar un plan de negocio para la instalación de una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla- Chota que abastezca el mercado de la ciudad de Jaén y Chiclayo.	---	Plan de negocios	<p>Oferta</p> <p>Demanda</p> <p>Estrategias de distribución y comercialización</p> <p>Proceso de crianza tecnificado</p> <p>Diseño de instalaciones, equipos y materiales</p> <p>Estructura organizacional</p> <p>Viabilidad financiera</p>	<p>Promedio de ofertantes</p> <p>Nivel</p> <p>Precio de venta</p> <p>Índice de producción</p> <p>Formas de distribución.</p> <p>Datos de venta de la competencia</p> <p>Promedio del precio de compra</p> <p>Demandantes</p> <p>Promedio de ventas semanales</p> <p>Costo de transporte por venta</p> <p>Promedio de nacimiento por madre.</p> <p>Promedio de reproductoras por padrillo.</p> <p>Costo de equipos, materiales y equipos.</p> <p>Número de trabajadores.</p> <p>Rentabilidad</p> <p>Liquidez</p>

PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	FUENTE DE INFORMACIÓN
<p>a) ¿Es posible realizar un estudio de mercado que permita determinar la viabilidad de instalar una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla-Chota?</p> <p>b) ¿Cuál es el proceso de crianza de cuyes tecnificado?</p> <p>c) ¿Cuál es estudio legal y organizacional para la instalación de una granja de cuyes en Puentesilla-Chota?</p> <p>d) ¿Cuáles son las estrategias de posicionamiento y comercialización del cuy?</p> <p>e) ¿Es viable económica y financiera la instalación de una granja de cuyes?</p>	<p>a) Realizar un estudio de mercado que permita determinar la viabilidad de instalar una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla-Chota.</p> <p>b) Describir el proceso de crianza de cuyes tecnificado</p> <p>c) Realizar un estudio legal y organizacional para la instalación de una granja de cuyes en Puentesilla-Chota.</p> <p>d) Elaborar estrategias de posicionamiento y comercialización del cuy.</p> <p>e) Determinar la viabilidad económica y financiera para la instalación de una granja de cuyes.</p>	<p>Guía de entrevista Cuestionario Ficha de análisis documental</p>

Visitas a los Principales Proveedores en las Ciudades de Cajamarca y Chiclayo

Figura 20

Granja Vargas Colina -Pomalca



Nota. Elaboración propia

Figura 21

Cuyes raza Perú criados en la granja Vargas Colina



Nota. Elaboración propia

Figura 22*Granja Irigoín Cusma-Pomalca**Nota.* Elaboración propia**Figura 23***Cuyes raza Perú criados en la granja Irigoín Cusma**Nota.* Elaboración propia

Figura 24

Granja Ortega -Pomalca



Nota. Elaboración propia

Figura 25

Cuyes raza Perú, criados en la granja Ortega



Nota. Elaboración propia

Figura 26

Granja La Fortaleza - Cajabamba



Nota. Elaboración propia

Figura 27

Cuyes raza Perú, criados en la granja La Fortaleza



Nota. Elaboración propia

Figura 28

Granja El Mirador - Chota



Nota. Elaboración propia

Figura 29

Cuyes raza Perú, criados en la granja El Mirador



Nota. Elaboración propia

Figura 30

Granja Cieza - Chota



Nota. Elaboración propia

Figura 31

Cuyes raza Perú, criados en la granja Cieza



Nota. Elaboración propia

Visitas a los Restaurantes de la Ciudad de Cajamarca y Chiclayo

Figura 32

Restaurante la Casita del Cuy-Chiclayo



Nota. Elaboración propia

Figura 33

Restaurante La Hacienda - Jaén



Nota. Elaboración propia

Figura 34*Recreo Campestre El Parral - Jaén**Nota. Elaboración propia***Figura 35***Recreo Campestre el Sabor del Cuy Jaeno-Jaén**Nota. Elaboración propia*

Figura 36*Recreo Campestre Don Pancho-Jaén**Nota. Elaboración propia***Figura 37***Recreo Campestre La Fogata del Cuy-Jaén**Nota. Elaboración propia*

Proveedor de cuyes abasteciendo a los Recreos Campestres en Jaén

Figura 38

Granja La Fortaleza abasteciendo el cuy al recreo campestre “EL Parral” en la ciudad de Jaén



Nota. Elaboración propia

Figura 39

Proveedor abasteciendo el mercado de Jaén



Nota. Elaboración propia

Figura 40

Jabas transportadoras del cuy hacia los mercados



Nota. Elaboración propia

Lugar donde se desarrollará la granja de cuyes Puentesilla - Chota

Figura 41

Espacio para la construcción del galpón



Nota. Elaboración propia

Figura 42

Espacio forrajero para la alimentación del cuy



Nota. Elaboración propia

Figura 43

Reservorio de agua para el riego de alfalfa y bebederos del cuy



Nota. Elaboración propia

Cuestionario para los restaurantes y recreos campestres de la ciudad de Jaén y Chiclayo



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
 “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE
 UNA GRANJA DE CUYES EN EL CASERÍO DE
 PUENTESILLA-CHOTA”



Objetivo de la encuesta: Esta encuesta es realizada con fines académicos. La información que Ud. nos proporcione será utilizada para conocer la demanda de cuy en los restaurantes y recreos campestres de la ciudad de Jaén y Chiclayo.

Instrucciones: Responda a las preguntas marcando con una “X” la respuesta que considere correcta.

PERFIL

Nombre de la empresa: _____

Apellidos y Nombres: _____

Cargo: _____

1. Su empresa está denominada como:

- a) Restaurante
- b) Recreo
- c) Campestre
- d) Otros: Especifique _____

2. ¿La empresa está registrada en Sunat?

- a) Si
- b) No

3. ¿Cuáles son los meses con mayor demanda?

- a) enero a marzo
- b) Abril a junio
- c) Julio a Setiembre
- d) Octubre a diciembre

4. ¿Cuáles son los meses con menor demanda?

- a) enero a marzo
- b) Abril a junio
- c) Julio a Setiembre
- d) Octubre a diciembre

5. ¿Cuántos platos venden semanalmente?

- a) a) 200 a 700
- b) 701 a 1200
- c) 1201 a 1700
- d) 1701 a mas

6. ¿Cuál es el precio de venta al público de un plato de cuy entero?

- a) S/ 45 a S/ 50
- b) S/ 51 a S/ S55
- c) S/ 56 a S/ S60
- d) S/ 60 a más

7. ¿Hace cuánto tiempo viene trabajando con este producto?

- a) 1 a 4 años
- b) 5 a 8 años
- c) 9 a 12 años
- d) 13 a 16 años
- e) 17 a más

8. ¿Quién toma las decisiones de compra en el restaurante?

- a) Dueño
- b) administrador

9. ¿Cuál es la principal característica en la que se fija para escoger el cuy? Marcar de una pregunta a más.

- a) peso y tamaño
- b) raza y precio
- c) edad y textura de piel
- d) otros:

10. ¿Cuál es el precio aproximado en el que compra un cuy?

- a) S/ 20 a S/ 24
- b) S/ 25 a S/ 30
- c) S/ 31 a S/ 35
- d) S/ 36 a mas

11. ¿En qué forma lo adquieren el cuy?

- a) Vivo
- b) Faenado
- c) Ambas

12. ¿Su compra es por?

- a) Unidad
- b) Peso

13. ¿Con que frecuencia adquiere los cuyes?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual

14. ¿Cuál es la cantidad de cuyes que adquiere por pedido?

- a) 200 a 700
- b) 701 a 1200
- c) 1201 a 1700
- d) 1701 a más

15. ¿Está conforme con el servicio que recibe por parte de sus proveedores?

- a) Si
- b) No
- c) a veces

16. ¿Cuál es su medio de pago?

- a) Efectivo
- b) Transferencia
- c) ambas

17. ¿Qué problemas ha encontrado en la carne de cuy?

- a) Falta de uniformidad
- b) Falta de continuidad en la entrega
- c) Problemas sanitarios
- d) ninguno

18. ¿Qué empresa es su principal proveedor de cuy?

19. ¿De qué lugares los traen?

20. ¿Compraría cuy a otro nuevo proveedor?

- a) Si
- b) No

21. ¿Desearía servicio delivery?

- a) Si
- b) No

22. ¿Qué nos sugerirías o recomendarías para implementar?

GRACIAS POR SU COLABORACION.

Entrevista dirigida a los productores de cuy



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA DE CUYES EN EL CASERÍO DE PUENTESILLA-CHOTA”



Objetivo de la entrevista: Esta entrevista es realizada con la finalidad de obtener información real acerca de la producción y comercialización de cuy.

Fase I.

- Presentación de la entrevistadora.
- Explicación del desarrollo de la reunión (exhortación a la participación e importancia de la sinceridad de sus respuestas).
- Presentación de los participantes
- Nombre de la empresa
- Ubicación
- Nombre del entrevistado
- Cargo que ocupa.

Fase II.

Desarrollo de la Entrevista

Aspectos generales sobre la crianza de cuyes:

1. ¿Cuál es el giro de la empresa?
2. ¿Desde cuándo están dedicados a la crianza de cuyes?
3. ¿Cómo se iniciaron?
4. ¿Cómo ven el panorama de la crianza de cuyes en el país?
5. ¿Qué perspectivas existen en torno a la crianza industrial de cuyes?
6. ¿Hay posibilidades de crecimiento?
7. ¿De qué dependerá?
8. ¿Considera usted que sea una industria sostenible en el tiempo?
9. ¿Qué oportunidades de mercado hay?
10. ¿Cómo percibe el crecimiento de consumo en el mercado nacional?

Aspectos específicos sobre la producción:

11. ¿Qué variedades de cuyes se crían industrialmente?
12. ¿Qué ventajas/ desventajas implica criar cada una de las variedades mencionadas? ¿Cuáles son las etapas del proceso de crianza industrial de carne de cuy?
13. ¿En qué etapa se encuentra el mayor grado de dificultad?
14. ¿Cuáles son las formas de producción que existen en la crianza de cuyes?
15. Pozas – Jaulas – Otras.

Ventajas y desventajas por cada forma de crianza.

16. ¿Qué infraestructura y tecnología es necesaria para la crianza industrial de carne de cuy?
17. ¿Qué factores afectan o complican la producción de la crianza de cuy? (infraestructura, aspectos ambientales, persona, enfermedades, otros)

Perfil de la producción ideal en la crianza de cuyes.

18. ¿Cuál es la forma de producción que ustedes emplean en la crianza de cuyes? ¿Qué factores consideraron para elegir la forma de producción en la crianza de cuyes?
19. ¿Qué variedades de cuyes crían?
20. ¿Cuál es su producción y venta actual?
21. ¿Cuáles son los costos unitarios por cuy para ponerlo a la venta?
22. ¿Cuál es su capacidad de atención frente a la demanda? (¿qué porcentaje de su capacidad instalada está produciendo?) ¿Por qué está produciendo a ese porcentaje de su capacidad instalada?
23. ¿Qué tan fácil es ampliar su capacidad de producción y de qué depende?
24. ¿Cuál es aproximadamente su capital de trabajo para la producción por mes?
25. ¿A quiénes vende? ¿Cómo vende? (al contado, crédito, consignación, otra modalidad)
26. ¿Cómo se promociona?

Anexo 000

Medicina para la implementación del botiquín de la granja

Detalle de la medicina del año 01

Descripción	Nombre del producto	Unidad	Precio	Total
I. Vitaminas y Minerales				S/.287,40
Vitamina C	Bio C Fco. 100 ml	3	23,8	S/.71,40
Complejo B	complejo B forte polvo propremix x 1 kg	7	30	S/.210,00
Bicarbonato de Sodio	Bicarbonato de Sodio x kg	1	6	S/.6,00
II. Antibióticos				S/.696,10
Enrofloxacin	Enrofloxacin de Montana x 1l	1	93	S/.93,00
Ciclosona	Ciclosona sol. Inyectable x 500 ml	6	66,2	S/.397,20
oxitocina	Oxitocina sol. Inyectable x 20 ml	1	11	S/.11,00
Ubrasan ungüento x 200 gr	Ubrasan ungüento x 200 gr	1	16,4	S/.16,40
Violeta de Genciana	Violeta de Genciana sol. Tópica 60 ml	4	2,5	S/.10,00
Tintura de Canodema	Tintura de Canodema sol. Tópica x 50 ml	1	26,5	S/.26,50
Neo Terraciclina sulfa k	Neo Terraciclina x 1 kg en polvo	1	142	S/.142,00
III. Antiparasitarios Interno y Externo				S/.215,00
Interex	Interex x 10 ml	5	18	S/.90,00
Ectoline	Ectolin x 30 ml	10	12,5	S/.125,00
IV. Desinfectantes				S/.255,00
Vanodine	Vanodine x 1l	2	80	S/.160,00
SBD	SBD	2	37,5	S/.75,00
Cal		2	10	S/.20,00
Total				S/.1.453,50

Detalle de la medicina año 02

Descripción	Nombre Del Producto	Unidad	Precio	Total
I. Vitaminas y Minerales				S/.377,20
Vitamina C	Bio C Fco. 100 ml	4	23,8	S/.95,20
Complejo B	complejo B forte polvo propremix x 1 kg	9	30	S/.270,00
Bicarbonato de Sodio	Bicarbonato de Sodio x kg	2	6	S/.12,00
II. Antibióticos				S/.767,30
Enrofloxacina	Enrofloxacina de Montana x 1l	1	93	S/.93,00
Ciclosona	Ciclosona sol. Inyectable x 500 ml	7	66,2	S/.463,40
oxitocina	Oxitocina sol. Inyectable x 20 ml	1	11	S/.11,00
Ubrasan ungüento x 200 gr	Ubrasan ungüento x 200 gr	1	16,4	S/.16,40
Violeta de Genciana	Violeta de Genciana sol. Tópica 60 ml	6	2,5	S/.15,00
Tintura de Canodema	Tintura de Canodema sol. Tópica x 50 ml	1	26,5	S/.26,50
Neo Terraciclina sulfa k	Neo Terraciclina x 1 kg en polvo	1	142	S/.142,00
III. Antiparasitarios Interno y Externo				S/.233,00
Interex	Interex x 10 ml	6	18	S/.108,00
Ectoline	Ectolin x 30 ml	10	12,5	S/.125,00
IV. Desinfectantes				S/.392,50
Vanodine	Vanodine x 1l	3	80	S/.240,00
SBD	SBD	3	37,5	S/.112,50
Cal		4	10	S/.40,00
Total				S/.1.770,00

Detalle de la medicina año 03

Descripción	Nombre Del Producto	Unidad	Precio	Total
I. Vitaminas y Minerales				S/.467,00
Vitamina C	Bio C Fco. 100 ml	5	23,8	S/.119,00
Complejo B	complejo B forte polvo propremix x 1 kg	11	30	S/.330,00
Bicarbonato de Sodio	Bicarbonato de Sodio x kg	3	6	S/.18,00
II. Antibióticos				S/.876,00
Enrofloxacin	Enrofloxacin de Montana x 1l	1	93	S/.93,00
Ciclosona	Ciclosona sol. Inyectable x 500 ml	8	66,2	S/.529,60
oxitocina	Oxitocina sol. Inyectable x 20 ml	2	11	S/.22,00
Ubrasan ungüento x 200 gr	Ubrasan ungüento x 200 gr	1	16,4	S/.16,40
Violeta de Genciana	Violeta de Genciana sol. Tópica 60 ml	8	2,5	S/.20,00
Tintura de Canodema	Tintura de Canodema sol. Tópica x 50 ml	2	26,5	S/.53,00
Neo Terraciclina sulfa k	Neo Terraciclina x 1 kg en polvo	1	142	S/.142,00
III. Antiparasitarios Interno y Externo				S/.227,50
Interex	Interex x 10 ml	5	18	S/.90,00
Ectoline	Ectolin x 30 ml	11	12,5	S/.137,50
IV. Desinfectantes				S/.492,50
Vanodine	Vanodine x 1l	4	80	S/.320,00
SBD	SBD	3	37,5	S/.112,50
Cal		6	10	S/.60,00
Total				S/.2.063,00

Detalle de la medicina año 04

Descripción	Nombre Del Producto	Unidad	Precio	Total
I. Vitaminas y Minerales				S/.556,80
Vitamina C	Bio C Fco. 100 ml	6	23,8	S/.142,80
Complejo B	complejo B forte polvo propremix x 1 kg	13	30	S/.390,00
Bicarbonato de Sodio	Bicarbonato de Sodio x kg	4	6	S/.24,00
II. Antibióticos				S/.1.036,00
Enrofloxacina	Enrofloxacina de Montana x 1l	1	93	S/.93,00
Ciclosona	Ciclosona sol. Inyectable x 500 ml	8	66,2	S/.529,60
oxitocina	Oxitocina sol. Inyectable x 20 ml	1	11	S/.11,00
Ubrasan ungüento x 200 gr	Ubrasan ungüento x 200 gr	1	16,4	S/.16,40
Violeta de Genciana	Violeta de Genciana sol. Tópica 60 ml	9	2,5	S/.22,50
Tintura de Canodema	Tintura de Canodema sol. Tópica x 50 ml	3	26,5	S/.79,50
Neo Terraciclina sulfa k	Neo Terraciclina x 1 kg en polvo	2	142	S/.284,00
III. Antiparasitarios Interno y Externo				S/.240,00
Interex	Interex x 10 ml	5	18	S/.90,00
Ectoline	Ectolin x 30 ml	12	12,5	S/.150,00
IV. Desinfectantes				S/.540,00
Vanodine	Vanodine x 1l	4	80	S/.320,00
SBD	SBD	4	37,5	S/.150,00
Cal		7	10	S/.70,00
Total				S/.2.372,80

Detalle de la medicina año 05

Descripción	Nombre Del Producto	Unidad	Precio	Total
I. Vitaminas y Minerales				S/.646,60
Vitamina C	Bio C Fco. 100 ml	7	23,8	S/.166,60
Complejo B	complejo B forte polvo propremix x 1 kg	15	30	S/.450,00
Bicarbonato de Sodio	Bicarbonato de Sodio x kg	5	6	S/.30,00
II. Antibióticos				S/.1.104,70
Enrofloxacin	Enrofloxacin de Montana x 1l	1	93	S/.93,00
Ciclosona	Ciclosona sol. Inyectable x 500 ml	9	66,2	S/.595,80
oxitocina	Oxitocina sol. Inyectable x 20 ml	1	11	S/.11,00
Ubrasan ungüento x 200 gr	Ubrasan ungüento x 200 gr	1	16,4	S/.16,40
Violeta de Genciana	Violeta de Genciana sol. Tópica 60 ml	10	2,5	S/.25,00
Tintura de Canodema	Tintura de Canodema sol. Tópica x 50 ml	3	26,5	S/.79,50
Neo Terraciclina sulfa k	Neo Terraciclina x 1 kg en polvo	2	142	S/.284,00
III. Antiparasitarios Interno y Externo				S/.252,50
Interex	Interex x 10 ml	5	18	S/.90,00
Ectoline	Ectolin x 30 ml	13	12,5	S/.162,50
IV. Desinfectantes				S/.550,00
Vanodine	Vanodine x 1l	4	80	S/.320,00
SBD	SBD	4	37,5	S/.150,00
Cal		8	10	S/.80,00
Total				S/.2.553,80

Anexo 001

Materia prima cuyes reproductores hembras y machos

Detalle de materia prima año 1

MATERIA PRIMA (CUYES) AÑO N° 01			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	TOTAL
Reproductores hembras	550	S/ 40,00	S/ 22.000,00
Reproductores Machos	55	S/ 45,00	S/ 2.475,00
TOTAL			S/ 24.475,00

Detalle de materia prima año 2

MATERIA PRIMA (CUYES) AÑO N° 02			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	TOTAL
Reproductores hembras	561	S/ 30,00	S/ 16.830,00
Reproductores Machos	56	S/ 30,00	S/ 1.680,00
TOTAL			S/ 18.510,00

Detalle de materia prima año 3

MATERIA PRIMA (CUYES) AÑO N° 03			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	TOTAL
Reproductores hembras	673	S/ 30,00	S/ 20.190,00
Reproductores Machos	67	S/ 30,00	S/ 2.010,00
TOTAL			S/ 22.200,00

Detalle de materia prima año 4

MATERIA PRIMA (CUYES) AÑO N° 04			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	TOTAL
Reproductores hembras	875	S/ 30,00	S/ 26.250,00
Reproductores Machos	88	S/ 30,00	S/ 2.640,00
TOTAL			S/ 28.890,00

Detalle de materia prima año 5

MATERIA PRIMA (CUYES) AÑO N° 05			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	TOTAL
Reproductores hembras	1225	S/ 30,00	S/ 36.750,00
Reproductores Machos	122	S/ 30,00	S/ 3.660,00
TOTAL			S/ 40.410,00

Anexo 002

Alimento balanceado para el cuy de la granja

Detalle de alimento balanceado año 1

ALIMENTO BALANCEADO							
AÑO N° 01							
Denominación	N° de Animales	Consumo Kg. /día	N° días que permanecen durante el año	cons/etapa/ animal	Total, de consumo	Costo por Kg.	Costo total Alimento
Hembras Y Lactante	500	0,030	361	10,83	5415	S/ 0,80	S/ 4.332,00
Machos	50	0,030	277	8,31	415,5	S/ 0,80	S/ 332,40
Reemplazo hembras	550	0,030	17	0,51	280,5	S/ 0,80	S/ 224,40
Reemplazos machos	55	0,030	17	0,51	28,05	S/ 0,80	S/ 22,44
C. Crecimiento	5300	0,014	51	0,714	3784,2	S/ 1,26	S/ 4.768,09
C. Engorde	5300	0,022	180	3,96	20988	S/ 1,00	S/ 20.988,00

Detalle de alimento balanceado año 2

ALIMENTO BALANCEADO							
AÑO N° 02							
Denominación	N° de Animales	Consumo Kg. /día	N° días que permanecen durante el año	cons/etapa/ animal	Total, de consumo	Costo por Kg.	Costo total Alimento
Hembras	550	0,030	345	10,35	5692,5	S/ 0,80	S/ 4.554,00
Machos	55	0,030	260	7,8	429	S/ 0,80	S/ 343,20
Reemplazo hembras	660	0,030	33	0,99	653,4	S/ 0,80	S/ 522,72
Reemplazos machos	66	0,030	33	0,99	65,34	S/ 0,80	S/ 52,27
C. Crecimiento	7153	0,014	69	0,966	6909,798	S/ 1,26	S/ 8.706,35
C. Engorde	7153	0,022	247	5,434	38869,402	S/ 1,00	S/ 38.869,40

Detalle de alimento balanceado año 3

ALIMENTO BALANCEADO							
AÑO N° 03							
Denominación	N° de Animales	Consumo Kg. /día	N° días que permanecen durante el año	cons/etapa/ animal	Total, de consumo	Costo por Kg.	Costo total Alimento
Hembras	660	0,030	324	9,72	6415,20	S/ 0,80	S/ 5.132,16
Machos	66	0,030	241	7,23	477,18	S/ 0,80	S/ 381,74
Reemplazo hembras	858	0,030	52	1,56	1338,48	S/ 0,80	S/ 1.070,78
Reemplazos machos	86	0,030	52	1,56	134,16	S/ 0,80	S/ 107,33
C. Crecimiento	8453	0,014	60	0,84	7100,52	S/ 1,26	S/ 8.946,66
C. Engorde	8453	0,022	259	5,698	48165,19	S/ 1,00	S/ 48.165,19

Detalle de alimento balanceado año 4

ALIMENTO BALANCEADO							
AÑO N° 04							
Denominación	N° de Animales	Consumo Kg. /día	N° días que permanecen durante el año	cons/etapa/ animal	Total, de consumo	Costo por Kg.	Costo total Alimento
Hembras	858	0,030	306	9,18	7876,44	S/ 0,80	S/ 6.301,15
Machos	86	0,030	242	7,26	624,36	S/ 0,80	S/ 499,49
Reemplazo hembras	1201	0,030	70	2,1	2522,1	S/ 0,80	S/ 2.017,68
Reemplazos machos	120	0,030	70	2,1	252	S/ 0,80	S/ 201,60
C. Crecimiento	10841	0,014	60	0,84	9106,44	S/ 1,26	S/ 11.474,11
C. Engorde	10841	0,022	258	5,676	61533,516	S/ 1,00	S/ 61.533,52

Detalle de alimento balanceado año 5

ALIMENTO BALANCEADO							
AÑO N° 05							
Denominación	N° de Animales	Consumo Kg. /día	N° días que permanecen durante el año	cons/etapa/ animal	Total, de consumo	Costo por Kg.	Costo total Alimento
Hembras	1201	0,030	365	10,95	13150,95	S/ 0,80	S/ 10.520,76
Machos	120	0,030	291	8,73	1047,6	S/ 0,80	S/ 838,08
Reemplazo hembras	0	0,030	0	0	0	S/ 0,80	S/ 0,00
Reemplazos machos	0	0,030	0	0	0	S/ 0,80	S/ 0,00
C. Crecimiento	1505	0,014	60	0,84	1264,2	S/ 1,26	S/ 1.592,89
C. Engorde	1505	0,022	256	5,632	8476,16	S/ 1,00	S/ 8.476,16

Anexo 003

Alimento forrajero para el cuy de la granja

Detalle de alimento forrajero año 1

ALIMENTO FORRAJE							
AÑO N° 01							
Denominación	N° de Animales	Consumo Kg. /día	N° días que permanecen durante el año	cons/etapa/ animal	Total, de consumo	Costo por Kg.	Costo total Alimento
Hembras	500	0.350	361	126.35	63175.00	S/ 0.01	S/ 631.75
Machos	50	0.350	277	96.95	4847.50	S/ 0.01	S/ 48.48
Reemplazo hembras	550	0.350	17	5.95	3272.50	S/ 0.01	S/ 32.73
Reemplazos machos	55	0.350	17	5.95	327.25	S/ 0.01	S/ 3.27
C. Crecimiento	5300	0.180	51	9.18	48654.00	S/ 0.01	S/ 486.54
C. Engorde	5300	0.180	180	32.4	171720.00	S/ 0.01	S/ 1,717.20

Detalle de alimento forrajero año 2

ALIMENTO FORRAJE							
AÑO N° 02							
Denominación	N° de Animales	Consumo Kg. /día	N° días que permanecen durante el año	cons/etapa/ animal	Total, de consumo	Costo por Kg.	Costo total Alimento
Hembras	550	0,350	345	120,75	66412,50	S/ 0,01	S/ 664,13
Machos	55	0,350	260	91	5005,00	S/ 0,01	S/ 50,05
Reemplazo hembras	660	0,350	33	11,55	7623,00	S/ 0,01	S/ 76,23
Reemplazos machos	66	0,350	33	11,55	762,30	S/ 0,01	S/ 7,62
C. Crecimiento	7153	0,180	69	12,42	88840,26	S/ 0,01	S/ 888,40
C. Engorde	7153	0,180	247	44,46	318022,38	S/ 0,01	S/ 3.180,22

Detalle de alimento forrajero año 3

ALIMENTO FORRAJE							
AÑO N° 03							
Denominación	N° de Animales	Consumo Kg. /día	N° días que permanecen durante el año	cons/etapa/ animal	Total, de consumo	Costo por Kg.	Costo total Alimento
Hembras	660	0,350	324	113,40	74844,00	S/ 0,01	S/ 748,44
Machos	66	0,350	241	84,35	5567,10	S/ 0,01	S/ 55,67
Reemplazo hembras	858	0,350	52	18,20	15615,60	S/ 0,01	S/ 156,16
Reemplazos machos	86	0,350	52	18,20	1565,20	S/ 0,01	S/ 15,65
C. Crecimiento	8453	0,180	60	10,80	91292,40	S/ 0,01	S/ 912,92
C. Engorde	8453	0,180	259	46,62	394078,86	S/ 0,01	S/ 3.940,79

Detalle de alimento forrajero año 4

ALIMENTO FORRAJE							
AÑO N° 04							
Denominación	N° de Animales	Consumo Kg. /día	N° días que permanecen durante el año	cons/etapa/ animal	Total, de consumo	Costo por Kg.	Costo total Alimento
Hembras	858	0,030	306	9,18	7876,44	S/ 0,01	S/ 78,76
Machos	86	0,030	242	7,26	624,36	S/ 0,01	S/ 6,24
Reemplazo hembras	1201	0,020	70	1,40	1681,40	S/ 0,01	S/ 16,81
Reemplazos machos	120	0,020	70	1,40	168,00	S/ 0,01	S/ 1,68
C. Crecimiento	10841	0,020	60	1,20	13009,20	S/ 0,01	S/ 130,09
C. Engorde	10841	0,025	258	6,45	69924,45	S/ 0,01	S/ 699,24

Detalle de alimento forrajero año 5

ALIMENTO FORRAJE							
AÑO N° 05							
Denominación	N° de Animales	Consumo Kg. /día	N° días que permanecen durante el año	cons/etapa/ animal	Total, de consumo	Costo por Kg.	Costo total Alimento
Hembras	1201	0,030	365	10,95	13150,95	S/ 0,01	S/ 131,51
Machos	120	0,030	291	8,73	1047,60	S/ 0,01	S/ 10,48
Reemplazo hembras	0	0,020	0	0,00	0,00	S/ 0,01	S/ 0,00
Reemplazos machos	0	0,020	0	0,00	0,00	S/ 0,01	S/ 0,00
C. Crecimiento	1505	0,020	60	1,20	1806,00	S/ 0,01	S/ 18,06
C. Engorde	1505	0,025	256	6,40	9632,00	S/ 0,01	S/ 96,32

Anexo 004

Formación del precio

	P E R I O D O				
DETALLE	2023 - 2027				
	1	2	3	4	5
Costos de Producción	S/ 76,858.29	S/ 97,845.89	S/ 115,015.50	S/ 138,048.79	S/ 97,331.86
Unid. Producidas	4525.00	6301.00	7430.00	9512.00	16326.00
Costo Prod. x Unid.	S/ 16.99	S/ 15.53	S/ 15.48	S/ 14.51	S/ 5.96
Costos de Adm y Ventas.	S/ 17,868.00	S/ 17,868.00	S/ 17,868.00	S/ 17,868.00	S/ 17,868.00
Unid. Producidas	4525.00	6301.00	7430.00	9512.00	16326.00
Costo Adm. Y Vent Unid.	S/ 3.95	S/ 2.84	S/ 2.40	S/ 1.88	S/ 1.09
Costos de Operación	S/ 94,726.29	S/ 115,713.89	S/ 132,883.50	S/ 155,916.79	S/ 115,199.86
Unid. Producidas	4525.00	6301.00	7430.00	9512.00	16326.00
Precio del Cuy x Unidad	S/ 20.93	S/ 18.36	S/ 17.88	S/ 16.39	S/ 7.06
Utilidad Neta %	S/ 9.06	S/ 11.63	S/ 12.12	S/ 13.61	S/ 22.95
Precio por unid. al público s/	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
UTILIDAD NETA	43%	63%	68%	83%	325%

Anexo 005

Detalle de Mano de obra

MANO DE OBRA ANUAL			
CARGO	CANTIDAD	SUELDO BASICO	
		MES (S/.)	AÑO (S/.)
Mano de obra directa			S/ 11.436,00
Operario	1	S/ 953,00	S/ 11.436,00
Mano de obra indirecta			S/ 400,00
Asistencia técnica	1	S/ 100,00	S/ 400,00
Mano de obra administrativa			S/ 17.028,00
Gerente general	1	S/ 1.369,00	S/ 16.428,00
Contador	1	S/ 50,00	S/ 600,00
Total, MOA (s/.)			S/ 28.864,00



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 9:05 am. del día 21 de Julio del 2023, se dio inicio a la Sustentación de Tesis en forma **PRESENCIAL**, con la participación de los miembros del Jurado, nombrados con Resolución 1019-23-VIRTUAL-UNRG-FAC-AC-2/ICN de fecha 19 de Julio del 2023, conformado por:

DR. JOSE FERRAN ECHENERRIA JARA
MSC. FRANCISCO PABLO VILLANUEVA
MSC. CESAR RONCAL DIAZ
DR. JOSE AMBERTO BECERRA SANTA CRUZ

Presidente
 Secretario
 Vocal
 Asesor (a)

Para evaluar el informe de tesis del tesista o de los tesistas: FLORES NOVOA KEYLA YANIRA Y RODRIGUEZ RODRIGUEZ FANNY, quién o quienes desean obtener su título profesional de: LICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN, con la tesis titulada:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA DE CUYES EN EL CASERIO PUENTESILVA ECHITA"

El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes de la Sustentación ordenó la lectura de la Resolución decanal N° 1019-2023-VIRTUAL-UNRG-FAC-AC-2/ICN de fecha 19 de Julio del 2023, que autoriza la Sustentación Presencial del Informe de Tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó al candidato a efectuar la Sustentación, otorgándole 40 minutos de tiempo.

Culminada la exposición del sustentante o los sustentantes, el presidente dispuso la intervención de los señores miembros del jurado, empezando con el señor(a) vocal, luego señor(a) secretario (a) hasta culminar con el (la) señor(a) presidente, en ese orden los jurados plantearon preguntas y observaciones, las cuales fueron absueltas por el/ los sustentantes en forma SATISFACTORIA.

El señor presidente invita al asesor para que exponga lo que considere conveniente respecto de la exposición de la tesis.

Culminadas las preguntas y respuestas, el (la) Sr.(a) presidente, dispuso que los asistentes incluido el asesor y el o los tesistas abandonen temporalmente la sala, a fin de que el jurado delibere con plena libertad y pueda calificar la sustentación de la tesis. Los jurados califican de acuerdo a la rúbrica de evaluación de la facultad. Culminada la deliberación y calificación el (la) sr.(a) presidente autorizo que ingresen a la sala de sustentaciones el tesista o los tesistas, su asesor y público en general, y autorizó la lectura del acta por parte del señor(a) secretario(a).

El señor(a) secretario(a) dio lectura al acta señalando que el tesista o los tesistas:

FLORES NOVOA KEYLA YANIRA Y RODRIGUEZ RODRIGUEZ FANNY, han obtenido DIÉCISIETE (17) puntos equivalentes a BUENO quedando expedito para optar el título profesional de LICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN.

Si uno o los dos tesistas hubieran tenido calificativo desaprobatorio, se anotará: que _____ ha obtenido _____ puntos equivalentes a _____, por las deficiencias y motivos siguientes _____

_____ por cuyo motivo se reprogramara la nueva sustentación en una plazo máximo de 60 días hábiles desde la fecha de desaprobación y si volviera a desaprobación en esta segunda oportunidad deberá elaborar otra tesis según lo establecido en el artículo 51 del reglamento.

Comunicado el resultado, el señor presidente da por concluido el acto académico a las 10:10 horas del mismo día y en señal de conformidad firman los señores miembros del jurado y asesor.

[Firma]
 PRESIDENTE
[Firma]
 VOCAL

[Firma]
 SECRETARIO
[Firma]
 ASESOR

CONSTANCIA DE APROBACION DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Dr. José Humberto Becerra Santa Cruz, Docente /Asesor de tesis /Revisor del trabajo de investigación, de las estudiantes, Flores Novoa Keyla Yanira y Rodríguez Rodríguez Fanny.

Titulada: Plan de negocios para la instalación de una granja de cuyes en el caserío de Puentesilla – Chota, luego de la revisión exhaustiva del documento constato que la misma tiene un índice de similitud de 19 % verificable en el reporte de similitud del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Lambayeque 07 de julio del 2023



A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'J' and 'B'.

Dr. José Humberto Becerra Santa Cruz
DNI: 16460593

ASESOR

cuyes puentecilla

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

5%

2

repositorio.unprg.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

www.scribd.com

Fuente de Internet

1%

4

repositorio.lamolina.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

dspace.esPOCH.edu.ec

Fuente de Internet

1%

6

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

7

Submitted to Universidad Católica San Pablo

Trabajo del estudiante

<1%

8

www.nathaninc.com

Fuente de Internet

<1%

9

www.esan.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

Dr.



José Humberto Becerra Santa Cruz

10	1library.co Fuente de Internet	<1 %
11	www.dspace.uce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
13	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	larepublica.pe Fuente de Internet	<1 %
16	vsip.info Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	qdoc.tips Fuente de Internet	<1 %
19	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.ute.edu.ec	



Fuente de Internet

<1 %

22 repositorio.unsch.edu.pe
Fuente de Internet

<1 %

23 dspace.unl.edu.ec
Fuente de Internet

<1 %

24 www.clubensayos.com
Fuente de Internet

<1 %

25 www.formagro.org
Fuente de Internet

<1 %

26 repositorio.unjbg.edu.pe
Fuente de Internet

<1 %

27 esf-cat.org
Fuente de Internet

<1 %

28 revistas.uss.edu.pe
Fuente de Internet

<1 %

29 tesis.pucp.edu.pe
Fuente de Internet

<1 %

30 Submitted to Universidad de Chiclayo
Trabajo del estudiante

<1 %

31 Submitted to Universidad Catolica De Cuenca
Trabajo del estudiante

<1 %

32 repositorio.uandina.edu.pe
Fuente de Internet

<1 %



Dr. José Humberto Becerra Santa Cruz

33	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
34	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	Submitted to Universidad Tecnológica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
36	repositorio.ucss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
37	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
38	Submitted to Submitted on 1687411603439 Trabajo del estudiante	<1 %
39	repositorio.uroosevelt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
40	Submitted to Institución Tecnológica Metropolitana de Medellín Trabajo del estudiante	<1 %
41	Submitted to Universidad Privada Boliviana Trabajo del estudiante	<1 %
42	repositorio.unamba.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
43	www.perulicitaciones.com Fuente de Internet	<1 %



44	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
45	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	pirhua.udep.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
47	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	<1 %
48	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
49	miabogadoencasa.com Fuente de Internet	<1 %
50	www.bvsst.org.ve Fuente de Internet	<1 %
51	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
52	Submitted to Universidad San Marcos Trabajo del estudiante	<1 %
53	andina.pe Fuente de Internet	<1 %
54	bdigital.zamorano.edu Fuente de Internet	<1 %



Dr. José Humberto Becerra Santa Cruz

55	kupdf.net Fuente de Internet	<1 %
56	repositorio.udch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
57	repositorio.uisrael.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
58	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
59	vdocuments.site Fuente de Internet	<1 %
60	www.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
61	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
62	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
63	dspace.cordillera.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
64	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
65	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
66	Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados	<1 %



Trabajo del estudiante

67	agraria.pe Fuente de Internet	<1 %
68	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
69	documents.mx Fuente de Internet	<1 %
70	eprints.uanl.mx Fuente de Internet	<1 %
71	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
72	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
73	repositorio.inia.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
74	repositorio.umb.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1 %
75	repository.unilibre.edu.co Fuente de Internet	<1 %
76	es.unionpedia.org Fuente de Internet	<1 %
77	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
78	repositorio.uti.edu.ec	



Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 15 words



Dr. José Humberto Becerra Santa Cruz




Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Keyla Fany Rodriguez
 Título del ejercicio: Revisión de Tesis Pregrado
 Título de la entrega: cuyes puentecilla
 Nombre del archivo: 20230706_TESIS_KEYLA_FANNYcuyes.docx
 Tamaño del archivo: 10.89M
 Total páginas: 205
 Total de palabras: 36,255
 Total de caracteres: 191,560
 Fecha de entrega: 06-jul.-2023 11:13a. m. (UTC-0500)
 Identificador de la entrega: 2127302165

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
 CONTABLES
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Plan de negocios para la instalación de una granja de cuyes en el
 caserío de Puentesilla - Chota**

Tesis que presentan los bachilleres
**FLORES NOVOA KEYLA VANIRA
 RODRIGUEZ RODRIGUEZ FANNY**

Asesor
DR. BECERRA SANTA CRUZ JOSE HUMBERTO

Para optar el título profesional de
LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN

Lambayeque - Perú
 Julio - 2023

Derechos de autor 2023 Turnitin. Todos los derechos reservados.

Dr. José Humberto Becerra Santa Cruz