



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“PROYECTO DE INVERSIÓN: PRODUCCIÓN
ECOLÓGICA DE CUYES A BASE DE INSUMOS
HIDROPÓNICOS EN LA PROVINCIA DE HUARAL”

Tesis para optar por el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autoras:

Br. Gema Melissa Alvarado Quintana

Br. Norma Nieto Huarac

Asesor:

Mg. Fernando Lucio Cieza Paredes

Lima – Perú

2016

APROBACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN A NIVEL DE TESIS PROFESIONAL

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** el trabajo de suficiencia profesional desarrollado por los Bachilleres, Alvarado Quintana Gema Melissa y Nieto Huarac Norma, denominado:

PRODUCCIÓN ECOLÓGICA DE CUYES EN BASE A INSUMOS HIDROPÓNICOS EN
LA PROVINCIA DE HUARAL.

Mg. Fernando Lucio Cieza Paredes

ASESOR

Ing. Nombres y Apellidos

JURADO

PRESIDENTE

Ing. Nombres y Apellidos

JURADO

Ing. Nombres y Apellidos

JURADO

DEDICATORIA:

Dedico esta tesis a mis amados padres quienes han sido soporte incondicional a lo largo de toda mi vida y a mis hermanas que continuamente alentaron mi desarrollo académico y profesional.

Gema Alvarado

Dedico esta tesis a mis padres quienes han sido un apoyo fundamental para lograr mis objetivos académicos, a mi amado esposo Orlando quien ha sido el soporte para la culminación de esta etapa de mi vida y a mi hijo Diego Fernando mi tesoro.

Norma Nieto

AGRADECIMIENTO:

Agradezco a Dios por regalarme el Don más preciado para un ser humano: la vida y permitirme un crecimiento en cada etapa de la misma viviendo un día a la vez y aprendiendo de las cosas más simples grandes lecciones, gracias por darme la dicha de amar y ser amada.

Gema Alvarado

Agradezco a Dios por darme vida y salud, por permitirme cumplir mis sueños de realización profesional, personal y familiar, por enviarme la bendición más grande de mi vida: mi hijo Diego Fernando quien es mi motor y motivo y por quien busco superarme todos los días de mi vida.

Norma Nieto

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES	1
1.1. Situación de crianza de cuyes	1
1.2. Consumo per cápita de carne de cuy será mayor a un kilo en 2015	2
1.3. ¿A qué personas esperas llegar con tu idea de negocio?	3
1.4. ¿Cuáles son las características del grupo de personas al que esperas llegar?	4
1.5. ¿Cómo será ese grupo de personas en los próximos años?	5
1.6. ¿En qué se diferencia el producto que ofrecerá tu empresa de los demás productos similares?	8
1.6.1. Área Administrativa	10
1.6.2. Área de Producción	10
1.7. ¿Por qué es mejor que el resto y por qué llamaría la atención del público?	10
1.8. ¿Describe las características del producto que se ofrecerá.	11
1.9. Principales razas de cuy:	12
1.10. Características productivas del cuy	13
1.11. Constitución de la Empresa	14
1.12. Visión	15
1.13. Misión	15
2. INVESTIGACION DE MERCADO	16
2.1. Los clientes	16
2.2. El mercado: tamaño y tendencias	17
2.3. ¿Cuáles son los hábitos de consumo de dicho grupo?	18
2.4. TAMAÑO DE MUESTRA	19
CAPÍTULO 2. PLAN DE MARKETING:	22
2.1. ¿Cómo piensas lograr tus objetivos de ventas en el corto y mediano plazo?	22
2.2. Matriz FODA	23
2.2.1. Fortalezas	23

2.2.2.	Oportunidades.....	23
2.2.3.	Debilidades	23
2.2.4.	Amenazas	24
2.3.	MARKETING MIX.....	24
2.3.1.	PRODUCTO	24
2.3.2.	PRECIO	27
2.3.3.	PLAZA.....	27
2.3.4.	PROMOCIÓN.....	28
2.4.	POLÍTICA DE PRECIOS.....	29
2.5.	ENFOQUE DE MARKETING	29
CAPÍTULO 3.SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN:		31
4.1.	Plan de operaciones y producción	31
4.2.	¿Dónde piensas ubicar tu centro de operaciones?	32
CAPÍTULO 4.PLAN FINANCIERO:		34
5.1.	Flujo de efectivo proyectado	34
REFERENCIAS		60
CAPÍTULO 5.RESULTADOS.....		62
5.1.	CONCLUSIONES.....	62
5.2.	Recomendaciones.....	63
ANEXOS.....		64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.Total de inversión activos tangibles e intangible	34
Tabla N° 2.Activo tangible; Terreno y pozo de agua	35
Tabla N° 3.Activo tangible, Equipos de computación de oficina.....	36
Tabla N° 4.Activo tangible, Muebles y enseres	37
Tabla N° 5.Activo tangible, Vehículos, Maquinaria, Reproductores, Equipo y Herramienta	38
Tabla N° 6.Activo intangible	39
Tabla N° 7.Capital de trabajo	40
Tabla N° 8.Insumos para oficina y producción fijos, requerimiento mensual	40
Tabla N° 9.Insumos para oficina y producción fijos, requerimiento anual	41
Tabla N° 10.Depreciación Anual	42
Tabla N° 11.Requerimiento mensual Insumos de Oficina	43
Tabla N° 12.Requerimiento mensual Insumos para limpieza	¡Error! Marcador no definido.
Tabla N° 13.Requerimiento mensual uniformes para trabajadores	¡Error! Marcador no definido.
Tabla N° 14.Requerimiento anual de material de trabajo, materiales de limpieza y ropa de trabajo	46
Tabla N° 15.Obligaciones Laborales	47
Tabla N° 16.Consumo mensual de combustible.....	49
Tabla N° 17.Consumo anual de combustible	50
Tabla N° 18.Costo de mantenimiento preventivo anual de vehículos y maquinaria.....	51
Tabla N° 19.Costo de seguros vehiculares y maquinarias	51
Tabla N° 20.Costo de servicios varios fijos mensuales	52

Tabla N° 21.Costo de servicios varios fijos anuales.....	53
Tabla N° 22.Ingresos por ventas diarias	54
Tabla N° 23.Ingresos promedio por ventas semanales.....	54
Tabla N° 24.Ingresos por ventas anuales	55
Tabla N° 25.Ratio de costo de ventas	56
Tabla N° 26.Costo de ventas anualizadas de acuerdo a ratios.....	57
Tabla N° 27.Flujo de caja proyectado a 10 años.....	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Valor Nutritivo de la carne de cuy	7
Gráfico N° 2. Demanda de cuyes de los restaurantes campestres	11
Gráfico N° 3. Cuadro de consumo de restaurantes campestres	17
Gráfico N° 4. Plano de distribución de la granja	33

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1: Carta de restaurante Campestre Wuarmy.....	15
Imagen N° 2: Forraje Hidropónico.....	16
Imagen N° 3: Cuy vivo raza Perú.....	29

RESUMEN

El presente proyecto de inversión muestra la implementación de un criadero de cuyes de la Raza Perú ubicado en la provincia de Huaral, departamento de Lima, donde se espera abastecer al mercado local ofreciendo un producto de calidad con estándares de producción por encima de los criaderos tradicionales.

El proyecto busca demostrar que se pueden tener criaderos tecnificados basados principalmente en la alimentación hidropónica, la cual genera un bajo costo de producción y un alto valor nutritivo para el producto, permitiendo comercializarlos en volúmenes mayores a los de los criaderos existentes quienes generalmente crían los cuyes para consumo familiar y ponen a la venta el excedente de su producción.

Se muestra las diferentes etapas del desarrollo del cuy, las razas de los mismos, características morfológicas, proceso de reproducción, así como un comparativo de los beneficios de su carne en comparación con otras que podrían actuar como sustitutos.

Se espera obtener utilidades en el tiempo a partir del segundo año de puesta en operaciones, proyectando una tasa interna de retorno de 25.42 %, lo cual nos indica que el proyecto es viable y podemos obtener rentabilidad del mismo.

La granja que implementaremos tiene como principal característica el alimento hidropónico para los animales el cual consiste en el resultado del proceso de germinación de granos remojados en agua sobre bandejas puestas sobre módulos, este proceso dura de 10 a 15 días en los cuales el alimento capta la energía solar y no está expuesto a pesticidas ni fertilizantes de origen artificial, por su producción artesanal e insumos este alimento es producido durante todo el año sin restricción de temporadas, por lo cual nos aseguraremos de contar siempre con esta alimentación y no tener la necesidad de recurrir a otros forrajes como por ejemplo la alfalfa la cual es también de alto valor nutritivo sin embargo tiene temporadas específicas de producción.

Por lo expuesto líneas arriba la producción de cuyes con forraje hidropónico es de bajo costo y no requiere técnicas de crianza tediosas, permite producir cuyes en el peso ideal para la venta y es rentable a la vez.

ABSTRACT

This investment Project shows the implementation of cuy, where we provide to local markets, obtaining a quality product.

The project seers to demonstrate that you can have sophisticated breeding sites based mainly in the hydroponic supply, which generates a low cost of production and a high nutritional wawe for the product allowing commercialized in larger volumes haw those of the existing forms.

Shows the different stages of development of the cuy breeds of the same morphological characteristics, production processes, as were as a comparative study of the benefits of its meat in comparison with others that could act as substitutes.

We hope to obtain profits in time, from the second year of implement in operations, projecting an internal rate of return of 25,20 % witch tells us that the project is viable and we can obtain profitability of the same.

CAPÍTULO 1. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES

En la actualidad existe una gran demanda de la carne de cuy tanto nacional e internacional por lo que nuestro país ha optado por generar proyectos de crianza comercial para poder cubrir esta gran demanda. El principal producto que ofrece el cuy es su carne, la cual es consumida en diversos platos típicos de provincias de nuestro país, tales como el picante de cuy, cuy chactado, chicharon de cuy, el pepian de cuy entre otros¹.

La carne de cuy es muy cotizada por sus características nutritivas, ya que tiene 19.1% de proteína, 7.41% de grasa y el peso promedio de la carcasa es de 600g².

La carne de cuy no solo es utilizada para la alimentación, sino tiene otras funciones como³:

- ✓ Medicina en periodos de recuperación de salud.
- ✓ En ritos de curanderos.
- ✓ El guano es un valor agregado que se extrae de este animal.
- ✓ Como mascota en países de origen ingleses.
- ✓ Como animal experimental en salud y nutrición.

1.1. Situación de crianza de cuyes

Existen varias limitantes en el desarrollo del sector; así tenemos que el 95% se encuentra bajo el sistema de crianza familiar, esta es de forma casera y son alimentados con residuos de cocina y/o con algún forraje, por tanto presentan bajos índices de producción y productividad; mientras que el 5% son criados en un sistema comercial y familiar-comercial. Otra limitante es la poca definición de

¹ <http://www.monografias.com/trabajos46/oferta-cuy/oferta-cuy2.shtml>

² <http://www.monografias.com/trabajos46/oferta-cuy/oferta-cuy2.shtml>

³ <http://www.monografias.com/trabajos46/oferta-cuy/oferta-cuy2.shtml>

su mercado, el cual se presenta frágil y estacional supeditándose el consumo de carne de cuy a festividades.⁴

Considerando su gran potencial de explotación, el Ministerio de Agricultura viene estudiando la formación de una Comisión Nacional para la Promoción de la Crianza Racional del Cuy, orientado a crear políticas que regulen su producción de acuerdo al mercado nacional y a largo plazo con fines de exportación comercial.⁵

Según datos del Ministerio de Agricultura (INIA y DGPA) señala que en los fenómenos migratorios del campo a la ciudad de las últimas décadas no han incluido el abandono de esta actividad, es así que se estima que en más de 90 mil hogares urbanos se mantiene la crianza de cuyes estimándose en más de un millón de cabezas criadas en la ciudad. La carne de cuy es de excelente sabor y calidad, y se caracteriza por el sabor de su carne, por la variabilidad de sus parámetros productivos y reproductivos que le da un potencial como productor de carne y por tener un alto nivel de proteínas (20,3%), bajo nivel de grasa (7,8%) y minerales (0,8%). El rendimiento en canal varía entre el 54,4% (cuy criollo) y el 67,4% (cuy mejorado)⁶

1.2. Consumo per cápita de carne de cuy será mayor a un kilo en 2015

Lima, oct. 11 (ANDINA). El consumo per cápita de carne de cuy aumentará a más de un kilo en dos años, desde un nivel actual que oscila entre 700 y 800 gramos, estimó hoy la Asociación Peruana de Promotores de la Carne de Cuy (APCUY). El representante de APCUY, Willian Lossio, explicó que el consumo de cuy en los últimos siete años ha aumentado impulsado por una mayor apreciación del valor nutricional de su carne.⁷

⁴ <https://producciondecuyes.wordpress.com/2010/03/26/hello-world/>

⁵ <https://producciondecuyes.wordpress.com/2010/03/26/hello-world/>

⁶ <http://www.monografias.com/trabajos51/carne-cuy/carne-cuy2.shtml>

⁷ <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-came-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx>

"En el año 2006, el consumo per cápita de carne de cuy era 400 gramos en la actualidad estamos entre 700 y 800 gramos, por lo que se espera que en un par de años se superará el kilo", declaró a la agencia Andina.

En el marco del Día Nacional del Cuy, refirió que la creciente demanda de esa carne, en el mercado peruano e internacional, plantea el desafío de aumentar su producción y diversificar la oferta productos derivados de ese mamífero. En la actualidad el cuy se vende en el mercado nacional e internacional a través diversas presentaciones, sin cabeza, deshuesado, filete, enrollados, enlatados, y se utiliza en la fusión de la gastronomía.⁸

Lossio, quien también es gerente de la empresa Macchu Picchu Cuy, planteó ejecutar un megaproyecto orientado a producir más de 150 toneladas anuales de cuy, a fin de cubrir la demanda local e internacional en un plazo no mayor a cinco años.⁹

"La iniciativa implica establecer la ciudad del cuy, con miras aumentar la crianza de estos animales y cubrir la demanda de los consumidores del Perú y el extranjero", anotó.¹⁰

El Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) declaró el segundo viernes de octubre de cada año como el Día Nacional del Cuy, por su aporte sustantivo a la seguridad alimentaria y nutricional de la población peruana.¹¹

De acuerdo a los resultados del Censo Nacional Agropecuario realizado el año pasado, hay doce millones de cuyes y las regiones que concentran la mayor crianza son Cajamarca, Arequipa, Ancash, Cusco, Junín y Ayacucho¹².

1.3. ¿A qué personas esperas llegar con tu idea de negocio?

Nos dirigimos a los diferentes restaurantes campestres de la provincia de Huaral, los cuales se encuentra entre pequeñas y microempresa dedicado a la preparación y venta directa de los platos

⁸ <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-came-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx>

⁹ <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-came-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx>

¹⁰ <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-came-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx>

¹¹ <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-came-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx>

¹² <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-came-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx>

típicos; existen 50 restaurantes campestres aproximadamente que demandan en promedio 4500 cuyes por semana

1.4. ¿Cuáles son las características del grupo de personas al que esperas llegar?

Estos restaurantes se dedican a atender a un sector socio económico a y b, quienes vienen a visitar de los diferentes lugares del país principalmente de Lima; dichos restaurantes además de ofertar servicios de comida criolla a base de diferentes carnes brindan otros servicios como áreas de esparcimiento, canchas de fútbol, vóley, piscina, jardines, áreas verdes, juegos recreativos para niños, paseos a caballos, cuatrimotos y show espectáculos para la familia.

Buscan brindar a sus comensales además de una excelente comida, un lugar de distracción y diversión donde puedan pasar todo un día y disfrutar sus instalaciones al máximo con total seguridad.

Estos restaurantes son conscientes que por ser la carne de cuy un alimento de origen andino con una marcada tradición de consumo, es coherente que tenga más aceptación en los segmentos de 25 a 65 años, quienes son su público objetivo.

En ese sentido el consumo está muy ligado al estilo de vida de las personas, aun cuando todas ellas compartan una misma región geográfica, se añaden las variables de acercamiento a la sierra peruana (ligado al origen de la persona) y el grado de aceptabilidad de la carne de cuy, lo que propicia la mayor probabilidad de consumo. La percepción y los valores cumplen una función de primer orden entre los consumidores.

Imagen 1: Carta de restaurante Campestre Wuarmy



13

1.5. ¿Cómo será ese grupo de personas en los próximos años?

En los próximos años se espera que la demanda de los restaurantes campestres incremente de cuatro a cinco nuevos negocios por año, y también se espera la apertura de nuevas sucursales de los ya existentes

Entre nuestras principales ventajas competitivas tenemos:

- ✓ Producto con alto valor nutritivo debido a la alimentación hidropónica.
- ✓ Producto de alta calidad ya que contará con crianza tecnificada
- ✓ Precios competitivos, acordes al mercado
- ✓ Competencia no posicionada

¹³ www.turismoincablogspot.com

Dichas ventajas competitivas conllevarán a una mayor demanda de los cuyes de crianza tecnificado con forraje hidropónico, por parte de los (las) turistas, buscando una fidelización de estos

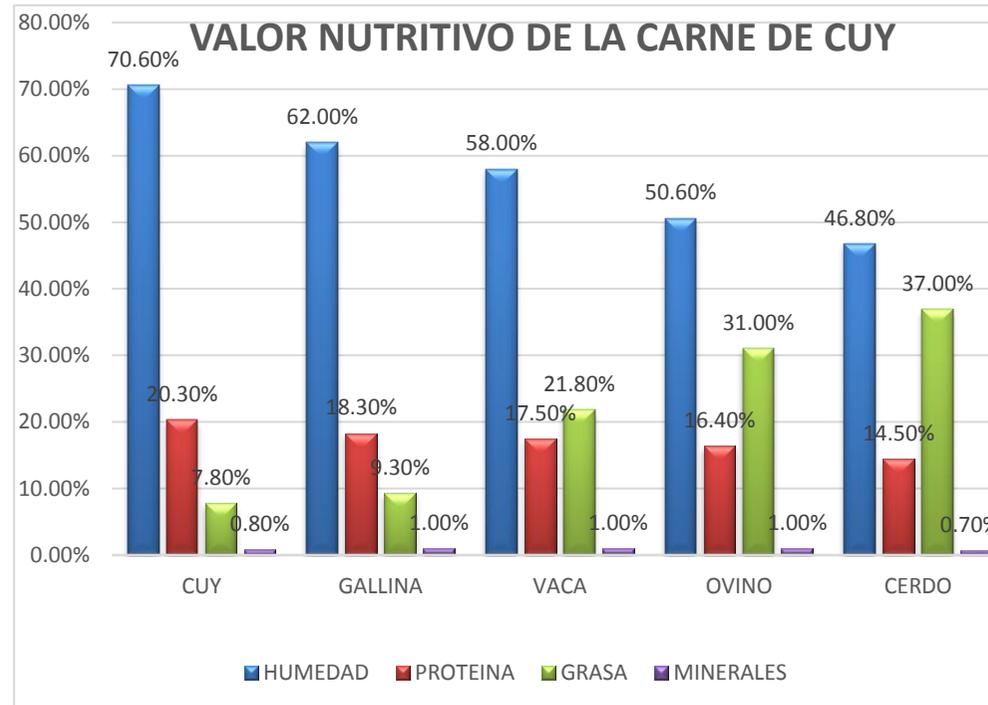
Imagen 2: Forraje Hidropónico



14

¹⁴ www.horticulturaefectiva.net

Gráfico N° 1. Valor Nutritivo de la carne de cuy¹⁵



¹⁵ <https://www.google.com.pe/search?q=valor+nutritivo+de+cuy&biw=1517&bih=692&tbn=isch&imgil=pOHTOpMebmFLM%253>

1.6. ¿En qué se diferencia el producto que ofrecerá tu empresa de los demás productos similares?

A) Contamos con personal técnico calificado (zootecnista); el cual se encarga del manejo de los animales y de llevar el correcto control de programa de reproducción y producción, así mismo exigiremos nuestros proveedores unos suministros de los alimentos como el forraje libre de fertilizantes, y el alimento balanceado esto significa que ofrecemos un producto de calidad.

Para cumplir con este objetivo se optó con una crianza en jaulas para poder realizar un manejo adecuado de alimentación y mantener limpio la graja para evitar la posible propagación enfermedades y a la vez se aprovechar la recolección de estiércol como sub-producto.

Además el uso de las jaulas las cuales será de fierro de 4 pisos, esto nos permitirá mantener a los animales en espacios adecuados para su crecimiento y desarrollo con esto se está aprovechando al máximo el espacio de local-costo benefició.

B) Producción de cuyes de crianza tecnificada con forraje hidropónico es una alternativa de alimentación para los animales la cual permite tener un control sobre la producción y la cantidad de la misma; así mismo es una producción con libre de fertilizantes y de alto contenido nutritivo

El Forraje Hidropónico se produce en bandejas plásticas colocadas en sistemas modulares, en cada bandeja de 50 x 36 x 4 cm (largo x ancho x alto en centímetros, medidas referenciales) se coloca de 1 a 1.25 kilos de semilla de cebada (también se puede trabajar con avena, trigo y maíz) que al cabo de 2 semanas se convertirá en una biomasa forrajera de 6 a 8 kilos, la misma que es consumible en su totalidad (raíces, tallos, hojas y restos de semillas) constituyendo un alimento de primera calidad para un óptimo desarrollo de nuestros cuyes.¹⁶

Ventajas de forraje Hidropónico:

- ✓ Ahorro de agua

¹⁶Elaborado por: Melvin Vargas Flores

- ✓ Eficiencia en el uso de espacio.
 - ✓ Eficiencia en el tiempo de producción
 - ✓ Calidad de forraje para los animales
 - ✓ Costo de producción¹⁷
- C) Estiécol de cuy es un subproducto del proceso de producción de cuyes. Se caracteriza por su alto contenido de nutrientes como nitrógeno, fósforo y potasio
Las heces del cuy pueden tener diversos usos:
- ✓ Previo tratamiento, como insumo, para la elaboración de alimento balanceado.
 - ✓ Como sustrato para la obtención de fertilizantes orgánicos.
 - ✓ Humus de lombriz.
 - ✓ Biol (fertilizante líquido), producto del proceso de producción de energía: biogas.
 - ✓ Compost¹⁸
- D) Nuestro servicios es de venta en el local de producción y reparto a los restaurantes en nuestra unidad vehicular; el traslado del producto se realizará en jabas especiales con el fin del no maltrato a los animales y así garantizar que lleguen en buen estado al cliente.
- E) El pago se puede realizar en efectivo en las oficinas administrativas ubicadas en el local de producción o contra entrega.
- F) Publicidad se realizara por diferentes medios locales del zona, tv, radio, ferias gastronómicas, charlar informativas en diferentes colegio con propósito de incentivar el consumo de carne de cuy, etc.

¹⁷ Elaborado por: Melvin Vargas Flores

¹⁸ Elaborado por Ing.Teresa Montes Andia

Contamos con dos áreas de trabajo:

El Área administrativa y el área de producción, y contaremos con seis colaboradores:

1.6.1. Área Administrativa

- ✓ Administrador: es la persona que está a cargo de la empresa enfocado a que cumplan la misión, visión , políticas y los objetivos proyectados de corto, mediano y largo plazo
- ✓ Vendedor: es la persona que se encargada ofrecer los productos , despachar y entregar los productos en buen estado a los diferentes restaurantes campestre de la provincia de Huaral

1.6.2. Área de Producción

- ✓ Supervisor de producción, es la persona que se va encargar netamente en la producción de crianza de cuyes cumplir con el planeamiento y objetivos de la granja.
- ✓ Operarios de producción (2 personas); son las personas encargadas de velar por la alimentación, limpieza del área de producción y otros

1.7. ¿Por qué es mejor que el resto y por qué llamaría la atención del público?

Nos orientamos al uso de materia prima de buena calidad, a contar con personal calificado y a la aplicación de políticas estrictas de control de los procesos para garantizar la calidad del producto.

Nuestro producto es mejor que el resto por la calidad de la carne, ya que tiene mayor valor proteico y más sabrosa al gusto del cliente, por ello los comensales de los restaurantes regresarán en busca de una carne de agradable sabor y alto valor proteico de nuestros animales tienen el peso adecuado, ello es debido a la crianza tecnificada, buen proceso de alimentación y una rigurosidad en el proceso sanitario aseguran la calidad de la carne.

Además tiene un precio acorde al mercado, esto no quiere decir que la calidad influye en el precio.

Una vez que el producto sea conocido y reconocido por el público como carne de excelente calidad, nos asegurará la preferencia de nuestros clientes.

Gráfico N° 2. Demanda de cuyes de los restaurantes campestres

Semanal	Mensual	Anual
960 Und.	3,840 Und.	46,080 Und.

19

1.8. ¿Describe las características del producto que se ofrecerá.

El cuy es un mamífero originario de la zona andina del Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia, es un producto alimenticio nativo, de alto valor nutritivo y bajo costo de producción. Es un animal de hábitos nocturnos, pues en la noche no se entrega por mucho tiempo a la quietud del sueño. Es sensible a bajas temperaturas pero mucho más a temperaturas elevadas, su confort ideal oscila entre los 17 y 18°C. Es un animal muy húmedo pues su orina viene a ser

¹⁹ Elaboración propia

aproximadamente el 10% de su peso vivo. Puede vivir aproximadamente 8 años, pero por lo general viven hasta los 6 años. Tienen una vida útil de 18 meses. Su crianza es generalizada en el ámbito rural para usarlo como un animal productor de carne para autoconsumo en algunos países latinoamericanos, como Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia. El cuy o cobayo por su ciclo de reproducción corto, de fácil manejo, no requiere mucha inversión y sin una alimentación exigente; puede ser la especie más económica para la producción de carne de gran valor nutritivo.²⁰

1.9. Principales razas de cuy:

El Instituto Nacional de Investigación Agraria (INIA) ha desarrollado una investigación de líneas comerciales de cuyes entre las que se encuentran:²¹

1. **Raza Perú.-** Son seleccionadas por su precocidad y prolificidad, pueden alcanzar su peso de comercialización a las nueve semanas, con un índice de conversión alimenticia de 3.81 en óptimas condiciones. Tienen en promedio 2.8 crías por parto. Son de pelaje corto y lacio (tipo 1), de color alazán (tonalidad roja) puro o combinado con blanco.²²
2. **Raza Andina.-** Son de color blanco y seleccionadas por su prolificidad, obtienen un mayor número de crías por unidad de tiempo (3.9 crías por parto).²³
3. **Raza Inti.-** Son de doble propósito y con gran potencial para la sierra, por su rusticidad y adaptabilidad a la altura. Alcanzan un promedio de 800 g. a las diez semanas de edad, con una prolificidad de 3.2 crías por parto.²⁴
4. **Cuy Criollo Mejorado.-** En los países andinos, abundan los cuyes nativos y/o criollos que son animales pequeños y rústicos con bajos niveles productivos, pero que cruzados con líneas mejoradas producen cuyes con mayores índices de prolificidad y precocidad.²⁵

²⁰ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

²¹ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

²² http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

²³ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

²⁴ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

²⁵ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

1.10. Características productivas del cuy

A continuación presentamos los índices zootécnicos más importantes del cuy:²⁶

- ✓ Fertilidad 98%
- ✓ Número de crías promedio 2 a 3 animales
- ✓ Número de partos por año 4 a 5
- ✓ Período de gestación 67 días
- ✓ Peso promedio al nacimiento 103,3 g
- ✓ Peso promedio al destete (14 días) 204,4 g
- ✓ Peso promedio a los 56 días 539,8 g
- ✓ Peso del macho al empadre (112 días) 700 g
- ✓ Peso de la hembra al empadre (112 días) 540 g

En condiciones de excelente salud, el tiempo de vida promedio de los cuyes es de seis años, pudiendo llegar a un máximo de ocho años; mientras que su vida productiva conveniente es de 18 meses, pudiendo extenderse a un máximo de cuatro años. Para empezar la cría se debe conseguir 10 ó 12 hembras y un macho. Para el apareamiento es mejor que los machos tengan por lo menos seis meses de edad y las hembras tres meses. Las hembras entran en celo durante 8 a 10 horas cada 18 días, pero este intervalo puede variar desde 15 hasta 20 días. El primer celo posparto ocurre a las dos horas de producido el parto. La gestación de las crías dura 67 días; las crías maman durante un mes. Cada hembra tiene cuatro a cinco partos por año. Se deben separar las hembras preñadas del macho pocos días antes del parto para esto cada hembra preñada es trasladada a una poza donde debe estar sola para evitar que las crías se maltraten. Las crías se separan de su madre a los 15 días. Si las crías permanecen más de 30 días, las crías machos pueden cruzar con su madre lo cual no es recomendable.

Para iniciar las operaciones contaremos con un área amplia y ventilada donde colocaremos jaulas de metal para cada etapa del proceso de crianza y desarrollo del cuy; es decir, habrán jaulas para el empadre, la gestación y parto, la lactación, la recría (luego de

²⁶ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

destetar las crías y separarlos por sexo) y, finalmente, la selección de cuyes para la venta y/o para la reproducción

Nuestro proceso productivo considerará los siguientes pasos:²⁷

1. **Empadre**, hacer que los machos se junten con las hembras para que estas se empareñen.
2. **Separar** a las hembras preñadas a espacios más calmados y tranquilos para su adecuada gestación y evitar golpes y maltratos.
3. **La lactancia**, proceso en el cual las hembras necesitan una mejor calidad de alimentación durante las primeras 2 semanas, para que puedan alimentar a las crías de manera adecuada.
4. **El destete** y la separación de las crías por sexo; estas se separan de las madres y se colocan en jaulas diferentes, según el sexo, con el fin que terminen su desarrollo y crecimiento.
5. **La selección** de crías, tanto para la venta como para el reemplazo de reproductores, machos y hembras.
6. **La distribución** de los animales para la venta, luego de haberlos pesado.

1.11. Constitución de la Empresa

El tipo de sociedad de nuestra empresa será Sociedad anónima cerrada S.A.C.

El nombre que hemos elegido es MIKUY CUY SAC.

La empresa se encontrará ubicada en la provincia de Huaral; ya que actualmente es un lugar estratégico para comercializar este producto, porque es altamente demandado en los restaurantes campestres que ofrecen en diferentes presentaciones a sus consumidores finales a la vez complementa con los servicios de esparcimientos para niños y adultos.

Para la expansión de la empresa nos centraremos en producir productos de calidad centrándonos fundamentalmente en el cuidado y crianza de los animales limpiando diariamente

²⁷ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

las jaulas donde los tenemos, teniendo en cuenta los requisitos mínimos de cuidado e higiene: guantes, botas y vestimenta de trabajo, tener un manejo adecuado de medicina para el control sanitario.

Estar en permanente vigilancia de la salud de los animales. Buscaremos el apoyo de Instituciones de investigación como el Ministerio de Agricultura para que puedan alertar sobre la presencia de plagas o enfermedades que ponen en riesgo la vida de los animales y la salud de los consumidores²⁸

1.12. Visión

Ser uno de los principales proveedores de carne de cuy con crianza tecnificada, logrando máxima calidad en la producción y así cubrir la demanda nacional e internacional.

1.13. Misión

Somos una empresa dedicada a la crianza y distribución de cuyes con altos estándares de calidad, cumpliendo con los estándares de higiene y control sanitario, además de una buena alimentación a base de insumos hidropónico.

2. INVESTIGACION DE MERCADO

2.1. Los clientes

Nuestro producto está orientado a abastecer a los restaurantes campestres de la provincia de Huaral, éstos se encuentran localizados a lo largo de toda la provincia.

Entre nuestros principales clientes tenemos los siguientes restaurantes campestres:

- ✓ El Rancho de Robertin.
- ✓ Wuarmy
- ✓ El fogón de Huaral
- ✓ Wuanka
- ✓ El huaquerito
- ✓ Doña Julia
- ✓ Tio Carlos
- ✓ La Viña
- ✓ Sabor y punto
- ✓ El pelacho

Nuestra demanda potencial será los supermercados nacionales y alguna empresa que requiere adquirir en cantidades altas

Gráfico N° 3. Cuadro de consumo de restaurantes campestres

RESTAURANTE	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
FOGON	175	700	8400
EL RANCHO	82	328	3936
WARMY	164	656	7872
WUANKA	120	480	5760
EL QUAKERITO	55	220	2640
TIO CARLOS	19	76	912
DOÑA JULIO	42	168	2016
LA VIÑA	99	396	4752
SABOR Y PUNTO	124	496	5952
PELACHO	80	320	3840
	960	3840	46080

29

2.2. El mercado: tamaño y tendencias

El consumo per cápita de carne de cuy aumentará a más de un kilo en dos años, desde un nivel actual que oscila entre 700 y 800 gramos, según estima la Asociación Peruana de Promotores de la Carne de Cuy (Apcuy).

El representante de Apcuy, Willian Lossio, indica que el consumo de cuy en los últimos siete años ha aumentado impulsado por una mayor apreciación del valor nutricional de su carne.

En el año 2006, el consumo per cápita de carne de cuy era 400 gramos en la actualidad está entre 700 y 800 gramos, por lo que se espera que en un par de años se superará el kilo.

La creciente demanda de la carne de cuy en el mercado peruano e internacional, plantea el desafío de aumentar su producción y diversificar la oferta productos derivados de ese mamífero.

En la actualidad el cuy se vende en el mercado nacional e internacional a través diversas presentaciones, sin cabeza, deshuesado, filete, enrollados, enlatados, y se utiliza en la fusión de la gastronomía.

²⁹ Elaboración propia

El ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) declaró el segundo viernes de octubre de cada año como el Día Nacional del Cuy, por su aporte sustantivo a la seguridad alimentaria y nutricional de la población peruana.

De acuerdo a los resultados del Censo Nacional Agropecuario realizado el 2012, hay doce millones de cuyes y las regiones que concentran la mayor crianza son Cajamarca, Arequipa, Ancash, Cusco, Junín y Ayacucho.

2.3. ¿Cuáles son los hábitos de consumo de dicho grupo?

Los restaurantes campestres de la provincia de Huaral en la actualidad ascienden a 50 establecimientos; a estos comercios asisten personas cuya procedencia de origen en su mayoría es la sierra peruana; comercializaremos los cuyes de Raza Perú.

Nuestra competencia directa está conformada por las nueve granjas comerciales ubicadas a lo largo de toda la provincia y los pequeños criadores independientemente del tipo de crianza que utilicen; es importante recalcar que nuestra competencia no maneja ningún tipo de publicidad para llegar a sus clientes.

La competencia indirecta de nuestro producto son las carnes de pollo, cerdo, carne, conejo, entre otros los cuales forman parte de las costumbres alimenticias de los consumidores finales de nuestro producto y se encuentran incluidas en el menú de nuestros clientes.

Actualmente el mercado de producción de cuyes se encuentra ubicado en la fase de crecimiento, lo cual nos hace proveer la existencia de competidores existentes como nuevos que ingresarán al mercado; si bien es cierto que las utilidades empezarían crecer, es de suma importancia que nos preocupemos por marcar una diferenciación de nuestro producto respecto a la competencia.

2.4. TAMAÑO DE MUESTRA

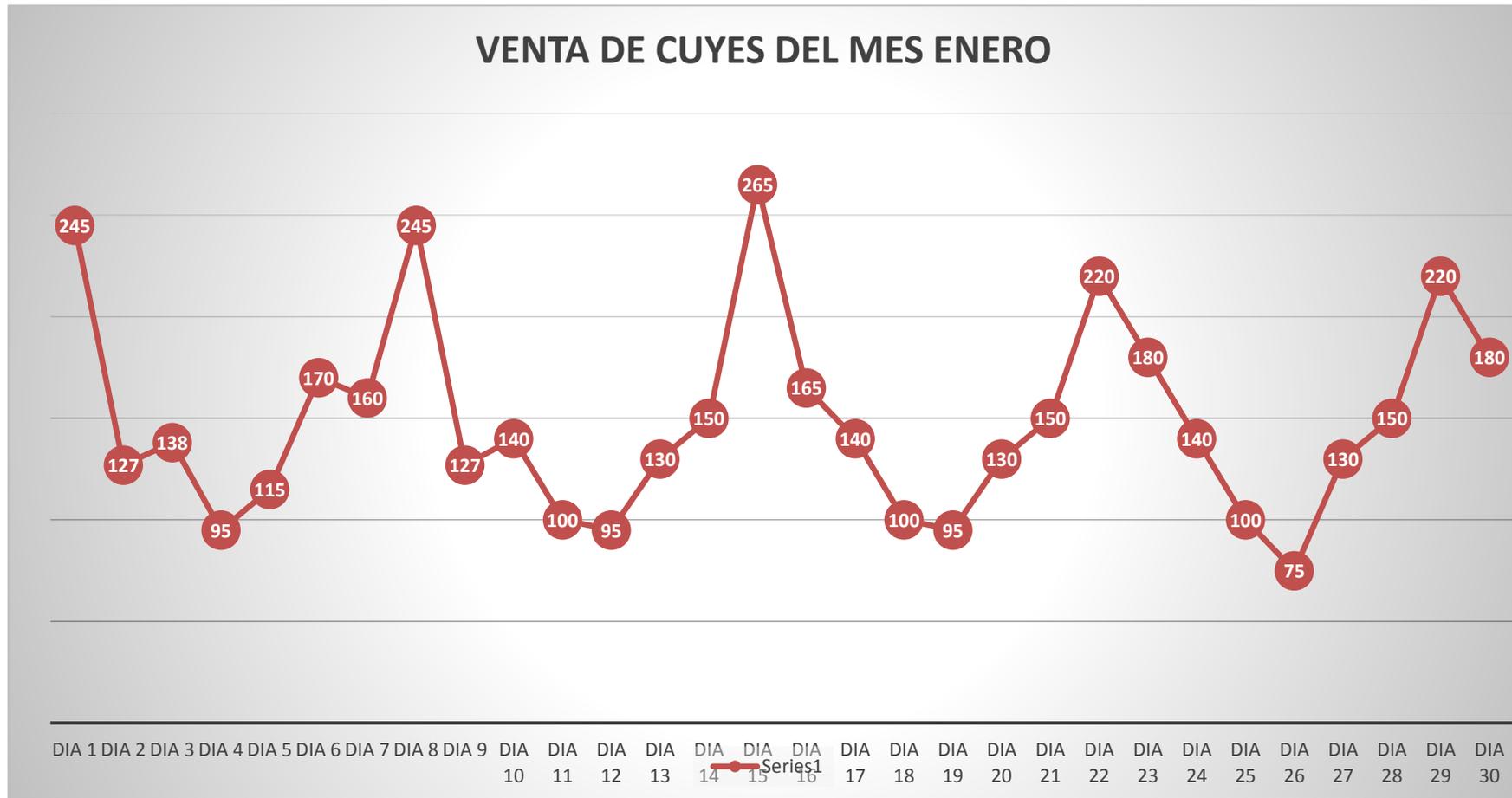
CONSUMO DE CUYES											
POBLACIÓN: RESTAURANTES CAMPESTRES DEL DISTRITO DE HUARAL											
MUESTRA : 10 RESTAURANTES MAS IMPORTANTES DE LA ZONA											
DIA	RESTAURANTE 1	RESTAURANTE 2	RESTAURANTE 3	RESTAURANTE 4	RESTAURANTE 5	RESTAURANTE 6	RESTAURANTE 7	RESTAURANTE 8	RESTAURANTE 9	RESTAURANTE 10	TOTAL
DIA 1	35	20	20	25	10	50	15	20	35	15	245
DIA 2	20	15	10	12	5	25	10	5	20	5	127
DIA 3	20	10	15	20	8	30	20	0	15	0	138
DIA 4	0	20	10	15	0	20	10	5	10	5	95
DIA 5	20	20	0	0	15	0	20	10	15	15	115
DIA 6	30	0	25	20	10	35	20	5	10	15	170
DIA 7	25	15	20	15	20	40	0	15	0	10	160
DIA 8	35	20	20	25	10	50	15	20	35	15	245
DIA 9	20	15	10	12	5	25	10	5	20	5	127
DIA 10	20	10	15	20	10	30	20	0	15	0	140
DIA 11	0	20	10	15	0	20	10	10	10	5	100
DIA 12	20	15	0	0	10	0	20	10	5	15	95
DIA 13	20	0	15	15	10	35	10	5	10	10	130

DIA 14	25	15	10	15	20	40	0	15	0	10	150
DIA 15	40	20	20	25	25	50	15	20	35	15	265
DIA 16	30	15	10	20	15	25	10	10	20	10	165
DIA 17	20	10	15	20	10	30	20	0	15	0	140
DIA 18	0	20	10	15	0	20	10	10	10	5	100
DIA 19	20	15	0	0	10	0	20	10	5	15	95
DIA 20	20	0	15	15	10	35	10	5	10	10	130
DIA 21	25	15	10	15	20	40	0	15	0	10	150
DIA 22	30	15	30	10	25	25	15	20	35	15	220
DIA 23	25	20	15	20	15	30	15	10	20	10	180
DIA 24	20	10	15	20	10	30	20	0	15	0	140
DIA 25	0	20	10	15	0	20	10	10	10	5	100
DIA 26	20	15	0	0	10	0	5	10	5	10	75
DIA 27	20	0	15	15	10	35	10	5	10	10	130
DIA 28	25	15	10	15	20	40	0	15	0	10	150
DIA 29	30	15	30	10	25	25	15	20	35	15	220
DIA 30	25	20	15	20	15	30	15	10	20	10	180

4477

Muestreo realizado en la provincia de Huaral a los 10 restaurantes campestres; se observa la cantidad de consumo de unidades de cuy diarias por restaurante en 30 días, en el grafico 4 se observa la variación de consumo de cuy en el mes de enero del 2016.

Gráfico N° 4. **Venta de cuyes del mes de Enero**



CAPÍTULO 2. PLAN DE MARKETING:

El cuy es un producto alimenticio de alto valor nutricional que contribuye a la seguridad alimenticia de la población, así como a la de los turistas sobretodo quienes visitan la ciudad de Lima.

Para ello es fundamental desarrollar una adecuada publicidad en la población y diferentes instituciones, y de esta forma se logre mayor cantidad de usuarios que consumen nuestros productos logrando su fidelización.

Nuestro objetivo inicial en el primer año es vender 40 cuyes diarios por restaurante (10 restaurantes) haciendo un total de 400 cuyes diarios en promedio.

A partir del segundo año atenderemos a 20 restaurantes con la misma oferta de 40 cuyes diarios por restaurante, haciendo un total de 800 cuyes diarios en promedio.

Para el tercer año atenderemos a 30 restaurantes con la misma oferta de 40 cuyes diarios por restaurante, haciendo un total de 1200 cuyes diarios en promedio.

En el cuarto año atenderemos a 40 restaurantes, y el quinto año a 50 restaurantes.

Imagen 3: Cuy vivo raza Peru



30

2.1. ¿Cómo piensas lograr tus objetivos de ventas en el corto y mediano plazo?

Nuestro objetivo es vender 40 cuyes diarios lo que representa nuestro objetivo en corto plazo 14,400 cuyes al año lo que sería nuestro objetivo en el mediano plazo es muy importante

³⁰ www.labc.blogspot.com

que el sistema de producción sea muy eficiente desde el inicio de las operaciones. De esta manera se logrará calidad

En función al estudio realizado de hábitos de compra es fundamental iniciar un plan promocional eficiente

Acercándonos a instituciones como la municipalidad de Huaral la cual actuara como socio estratégico para la comercialización de nuestros productos.

2.2. Matriz FODA

2.2.1. Fortalezas

- ✓ Venta de carne de cuy en óptimas condiciones con alto contenido de proteínas, minerales y bajos índices en grasa.
- ✓ Precios competitivos, acordes al mercado.
- ✓ Alimentación natural a base de insumos hidropónicos.
- ✓ Producto de primera calidad, pues contaremos con crianza tecnificada

2.2.2. Oportunidades

- ✓ Alianzas estratégicas con restaurantes
- ✓ Apertura de nuevos centros comerciales, restaurantes.
- ✓ Ferias nacionales e internacionales.
- ✓ Bajo conocimiento y aceptación del producto.

2.2.3. Debilidades

- ✓ Planta de crianza con poca seguridad.
- ✓ Falta de conocimiento técnico del personal para crianza de los cuyes.
- ✓ Escasez de forraje hidropónico

2.2.4. Amenazas

- ✓ Preferencias al momento de consumir por otras carnes como el pollo, res, etc, los clientes finales
- ✓ Nuevas políticas sanitarias por parte del estado.
- ✓ Competencias muy agresivas con mayor capacidad de inversión.
- ✓ Tendencias desfavorables en el mercado
- ✓ Aumento de precio de insumos para crianza de cuyes.

2.3. MARKETING MIX

2.3.1. PRODUCTO

a) Ciclo de vida del producto:

La carne de cuy es de consumo masivo y se encuentra en una etapa de introducción en el mercado ya que aún no hay mucha comercialización de esta carne.

La venta de nuestros cuyes puede pasar en un corto plazo de la etapa de introducción a la de crecimiento y madurez; llegando a su máximo punto en los meses de julio, octubre, noviembre y diciembre; este ciclo se repite en los siguientes años esperando una mayor participación en el mercado.

b) Característica del producto:

Nuestro producto será el cuy vivo de la raza Perú, esta raza es de mayor conveniencia para nuestros clientes por el sabor de su carne, el peso que ganan rápidamente con la alimentación adecuada y por la facilidad que tienen para ser pelados antes de ser cocinados en las diferentes presentaciones.

Son de pelaje lacio y corto de color alazán, tonalidad roja pura o combinado con blanco.

La forma de su cuerpo es alargada y cubierta de pelos desde el nacimiento.

Los machos tienen un desarrollo mayor que el de las hembras³¹.

A continuación se describen las partes del cuerpo de los cuyes.

- ✓ **Cabeza:** Relativamente grande en relación a su volumen corporal, de forma cónica y de longitud variable de acuerdo al tipo de animal.³²
- ✓ **Las orejas:** Por lo general son caídas, aunque existen animales que tienen las orejas paradas porque son más pequeñas, casi desnudas pero bastante irrigadas.³³
- ✓ **Los ojos:** son redondos vivaces de color negro o rojo, con tonalidades de claro a oscuro.³⁴
- ✓ **El hocico:** es cónico, con fosas nasales y ollares pequeños,³⁵
- ✓ **El labio:** superior es partido, mientras que el inferior es entero, sus incisivos alargados con curvatura hacia dentro, crecen continuamente, no tienen caninos y sus molares son amplios.³⁶
- ✓ **Cuello:** Grueso, musculoso y bien insertado al cuerpo, conformado por siete vértebras de las cuales el atlas y el axis están bien desarrollados.³⁷
- ✓ **Tronco:** De forma cilíndrica y está conformada por 13 vértebras dorsales que sujetan un par de costillas articulándose con el esternón, las 3 últimas son flotantes.³⁸
- ✓ **Abdomen:** Tiene como base anatómica a 7 vértebras lumbares, es de gran volumen y capacidad.

Extremidades: En general cortas, siendo los miembros anteriores más cortos que los posteriores. Ambos terminan en dedos, provistos de uñas cortas en los anteriores y grandes y gruesas en las posteriores. El número de dedos varía desde

³¹ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

³² http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

³³ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

³⁴ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

³⁵ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

³⁶ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

³⁷ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

³⁸ http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy

3 para los miembros posteriores y cuatro para los miembros anteriores, siempre el número de dedos en las manos es igual o mayor que en las pata

El producto será vendido vivo y transportado en jabas de plástico especialmente diseñadas para el traslado de los animales evitando se maltraten, en cada jaula se incluirán diez unidades de cuyes, esto si se realiza el reparto a los locales de nuestros clientes y en el caso estos deseen llevarlos desde la granja se podrán acerca a hacer el recojo directo.

A continuación se presenta un cuadro con el rango de peso de nuestro producto el cual será vendido por unidad independientemente del peso que este tenga.

Rango de peso	Precio
Entre 800 a 900 gr	18 soles

c) Crecimiento de la demanda de carne de cuy

Actualmente el cuy esta pasando a ser consumo nacional está empezando a ser parte importante de la dieta del peruano; anteriormente el cuy solo se consumía en zonas de sierra ahora su consumo se ha extendido en la costa y sierra.

Como producto de alto valor proteico actualmente algunos supermercados están comercializando cuy eviscerado empacado el cual tiene mucha aceptación entre sus clientes.

Una amenaza a la demanda vendría a ser que en la actualidad muchos peruanos consideran al cuy como mascota por lo cual existe aún una fuerte resistencia al consumo del mismo dejando de lado las características proteicas su esta carne.

d) Beneficios que encuentra el consumidor a la carne de cuy

- ✓ Siente que es nutritivo
- ✓ Siente que es un alimento de origen netamente peruano

- ✓ Tiene una buena percepción de sabor
Esto está llevando a que haya un crecimiento masificado que no esta dirigido a un determinado segmento de la población.

2.3.2. PRECIO

El precio será fijado con el objetivo de obtener un máximo crecimiento en ventas. Esto implicará márgenes no muy altos y más bien una ganancia por volúmenes

Los principales precios de los productos sustitutos son los siguientes:

- ✓ Pollo S/ 9.00 Kg.
- ✓ Carne S/ 18.00 Kg
- ✓ Gallina S/ 15.00 Kg
- ✓ Conejo S/ 20.00 Kg

Nuestros competidores también venden el producto por unidad y el precio promedio es de 15 soles, el precio que hemos definido para nuestros cuyes es de 18 nuevos soles la unidad teniendo en cuenta el valor agregado de nuestro producto que principalmente se basa en la sana alimentación de nuestros animales.

2.3.3. PLAZA

Contaremos con un vendedor que visitará semanalmente a los restaurantes para ofrecer nuestro producto y abastecer a nuestros cliente según el pedido que estos nos realicen, asimismo dar soporte en todas las dudas que estos puedan tener en relación a nuestro producto; contaremos con tarjetas de presentación las cuales llevaremos a cada visita y pasado el primer mes de inicio de operaciones

realizaremos una visita guiada en grupos de 05 clientes como máximo por visita para que puedan conocer nuestras instalaciones lo cual será personalizado y totalmente gratuito para ellos, y de esta forma tener un mayor acercamiento con nuestros clientes logrando su fidelización.

Nuestra granja será un punto de venta el cual estará abierto y a disposición de nuestros clientes para las compras que deseen realizar, contamos con una oficina administrativa donde también atenderemos pedidos vía telefónica, los cuales serán atendidos por nuestros vendedores quienes se encargaran del despacho de manera presencial y en el caso se requiera del reparto a los mismos comercios de nuestros clientes.

2.3.4. PROMOCIÓN

Las herramientas de promoción utilizadas serán las siguientes:

a) Publicidad:

Diseñaremos una campaña publicitaria recalcando siempre la calidad del producto por su alto valor proteico en diferentes ferias gastronómicas, fiesta patronales, etc repartiremos volantes con las características nutritivas de la carne de cuy para incrementa su consumo.

Contaremos con un convenio con la municipalidad el cual consiste en la difusión de los beneficios de la carne de cuy con anuncios por la radio local en los cuales se resaltarán las bondades que aporta el consumir dicha carne e incluirla en la dieta familiar, del mismo modo resaltaremos los beneficios de la crianza tecnificada en nuestras granjas.

Crearemos una página web de la Empresa para realizar exclusivamente la publicidad

b) Relaciones públicas:

Utilizando espacios de comunicación ligados a la nutrición, para promover la imagen de la empresa, esto será en los módulos de la municipalidad en el área donde se tramitan las licencias de funcionamiento.

La municipalidad nos dará un espacio una vez al mes para brindar charlas informativas cuando realiza actividades en conjunto con la población.

Enviaremos presentes a nuestros clientes relacionados a nuestro producto para así fidelizarlos y mantener relaciones a largo plazo con ellos.

2.4. POLÍTICA DE PRECIOS

De acuerdo al estudio realizado en la provincia de Huaral, el precio de venta del producto se ha establecido en S/ 18.00 nuevos soles, debido a que este precio nos permite tener indicadores financieros positivos. Además de ello este monto está en promedio con el de nuestros competidores cuyos montos de venta por cuy oscilan entre los 15 y 20 nuevos soles

2.5. ENFOQUE DE MARKETING

Según el estudio realizado y con el fin de satisfacer las necesidades e intereses de nuestro mercado, el producto contribuye al bienestar de los consumidores finales y de la sociedad en general

Realizamos actividades en función a objetivos sociales los cuales son:

- ✓ Informar a la población (en conjunto con la municipalidad) acerca de una buena nutrición, de los beneficios de una alimentación sana a base de carne de cuy.

- ✓ Contribuimos al ahorro de agua ya que nos abastecemos de un pozo que emana agua del subsuelo con la cual abastecemos en su totalidad a nuestra granja.
- ✓ Tratamos de persuadir a los consumidores finales a optar por mejorar su salud evitando comer comida chatarra e invitándolos a cambiar sus hábitos alimenticios para su propio beneficio, mediante la publicidad que realizaremos en la radio.
- ✓ Protegemos el medio ambiente con la recolección adecuada de estiércol, empacándolo adecuadamente y bajo estrictos controles sanitarios
- ✓ Alimentamos a los cuyes con insumos hidropónicos los cuales no son procesados químicamente por este motivo su carne es más saludable al consumo humano.

CAPÍTULO 3. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN:

¿Cómo piensas hacer que tus productos o servicios se encuentren disponibles para el público al que deseas llegar?

El producto se va vender directamente a nuestros clientes estará disponible en la planta de producción, se ha acondicionado un espacio de sala de espera y a la vez se realizara despacho, entregas directos en los establecimientos de los restaurantes campestres de la zona

4.1. Plan de operaciones y producción

Operaciones inicia desde el proceso productivo del cuy el cual se explica a continuación:

El ciclo reproductivo va desde el nacimiento hasta la etapa de madurez del animal, clasificándolos ya sea para su venta; o destinándolo para ser un futuro reproductor, iniciándose así nuevamente el ciclo. Este ciclo dura aproximadamente 80 días, considera los siguientes pasos:

1. Hacer que los machos se junten con las hembras para que estas se preñen.
2. Separar a las hembras preñadas a espacios más calmados y tranquilos para su adecuada gestación y evitar golpes y maltratos.
3. La lactancia, proceso en el cual las hembras necesitan una mejor calidad de alimentación durante las primeras 2 semanas, para que puedan alimentar a las crías de manera adecuada.
4. El destete y la separación de las crías por sexo; estas se separan de las madres y se colocan en jaulas diferentes, según el sexo, con el fin que terminen su desarrollo y crecimiento.
5. La selección de crías, tanto para la venta como para el reemplazo de reproductores, machos y hembras.
6. Distribución de los animales para la venta, luego de haberlos pesado

Debemos tener en cuenta algunas especificaciones técnicas para mantener un control adecuado y manejo de tiempos en el proceso productivo para lo cual nos apoyará el técnico Zootecnista contratado por la empresa.

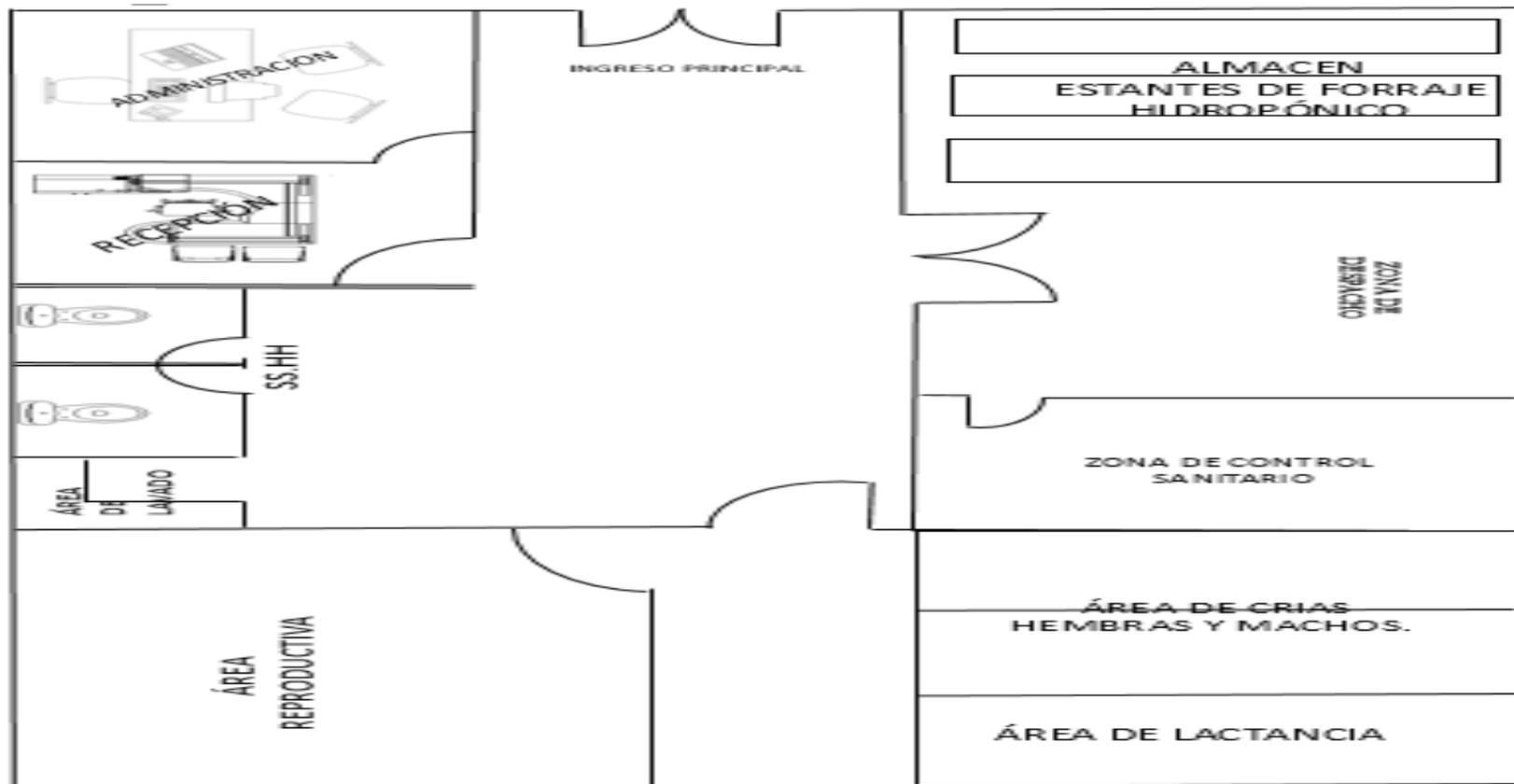
4.2. ¿Dónde piensas ubicar tu centro de operaciones?

Localización geográfica

Nuestra empresa se localizará en la provincia de Huaral, tendremos un terreno de 300 m² los cuales se distribuirán de la siguiente manera:

- ✓ **Oficinas administrativas:** Donde se atenderá a nuestros clientes en los servicios de venta y post venta.
- ✓ **Área de producción (jaulas):** Donde mantendremos a los cuyes en los diferentes procesos de su crianza.
- ✓ **Pozo de agua:** lo cual nos garantiza el abastecimiento constante para no sufrir por problemas de falta de agua por problemas de corte en la zona por ejemplo.
- ✓ **Cochera:** Donde se aparcará la camioneta utilizada para los repartos de nuestro producto
- ✓ **Zona de acopio de alimentos:** Una zona amplia y ventilada donde acopiaremos los alimentos como el forraje hidropónico y la cuyina con los cuales abasteceremos a nuestros cuyes.
- ✓ **Zona de limpieza:** Un área ventilada e iluminada donde se custodiarán los insumos e instrumentos utilizados en la limpieza diaria de nuestra área de producción así como un espacio dedicado al acopio del abono que recolectaremos en las carretillas de limpieza diaria

Gráfico N° 5. Plano de distribución de la granja



CAPÍTULO 4. PLAN FINANCIERO:

5.1. Flujo de efectivo proyectado

Tabla N° 1. Total de inversión activos tangibles e intangible

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	INVERSION US	INVERSION SOLES	TOTAL US
TOTAL INVERSION ACTIVOS				S/. 136.721,24	\$ 41.901,28
INVERSION ACTIVOS TANGIBLES				S/. 136.280,24	\$ 41.775,28
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	INVERSION US	INVERSION SOLES	TOTAL US
INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES				S/. 441,00	\$ 126,00

Nuestra inversión inicial de activos tangibles e intangibles asciende a 41,901.28 dólares que al tipo de cambio de 3,5 equivale a 136,721. 24 soles, lo cual comprende todos los materiales y el software a utilizarse para la implementación de nuestro proyecto

Tabla N° 2. Activo tangible; Terreno y pozo de agua

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	INVERSIÓN US	INVERSIÓN SOLES	TOTAL US
TERRENOS /PROPIEDADES - BIENES INMUEBLES				S/. 104,300.,00	\$ 29,800,00
Terreno para local	M2	360,00	\$ 65,00	S/. 81,900,00	\$ 23,400,00
Pozo de agua	M2	8,00	\$ 800,00	S/. 22.400,00	\$ 6.400,00

Para iniciar las operaciones de la empresa compraremos un terreno de 360 m2, cuyo costo por metro cuadrado es 65 dólares; necesitamos un local con esta capacidad ya que el ambiente donde se criarán los cuyes debe ser grande, contar con áreas ventiladas y con espacio suficiente para los diferentes procesos de nuestra producción.

Asimismo el terreno contiene un pozo de agua de 8 metros cuadrados y diez metros de profundidad a un costo de 800 dólares el metro cuadrado lo cual nos permitirá contar con una suficiente cantidad de agua para la crianza y la limpieza, asimismo estar cubiertos ante cualquier contingencia relacionada a la falta de agua en la zona, cabe mencionar que este pozo será el único abastecedor de agua en el local, por lo cual no se contratara con el servicio de Sedapal..

Esta inversión inicial nos dará oportunidad de más adelante acceder a un financiamiento con una entidad bancaria ya que contamos con activos propios los cuales pueden garantizar futuros préstamos.

Tabla N° 3. Activo tangible, Equipos de computación de oficina

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	INVERSION US	INVERSION SOLES	TOTAL US
EQUIPOS DE COMPUTACION DE OFICINA				S/. 2.502,50	\$ 1.090,00
pantalla computadora marca LG 14"	Und.	1,00	\$ 185,00	S/. 647,50	\$ 185,00
cpu marc advance COREi3	Und.	1,00	\$ 190,00	S/. 665,00	\$ 190,00
LAPTOP MARCA TOSHIBA 14"	Und.	1,00	\$ 340,00	S/. 1.190,00	\$ 340,00

Contaremos con una computadora de oficina para nuestra área administrativa que será utilizada por los vendedores para realizar su correcto registro y control de ventas y una laptop la cual nos permitirá trasladar vía virtual en una presentación nuestra oferta de producto a los restaurantes donde vallamos a ofrecer nuestros cuyes.

Tabla N° 4. Activo tangible, Muebles y enseres

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	INVERSION US	INVERSION SOLES	TOTAL US
MUEBLES Y ENSERES				S/. 1.720,32	\$ 559,52
Estabilizador de corriente para pc	Und.	1,00	\$ 14,00	S/. 49,00	\$ 14,00
Escritorios de oficina	Und.	1,00	\$ 60,00	S/. 210,00	\$ 60,00
Escritorios para computadora	Und.	1,00	\$ 34,50	S/. 120,75	\$ 34,50
Impresora multifuncional HP	Und.	1,00	\$ 143,00	S/. 500,50	\$ 143,00
Sillas de escritorio	Und.	3,00	\$ 34,00	S/. 119,00	\$ 102,00
Sillas escritorio de computadora	Und.	1,00	\$ 6,00	S/. 21,00	\$ 6,00
Estante de archivadores	Und.	1,00	\$ 85,72	S/. 300,02	\$ 85,72
Ventilador para laptop	Und.	1,00	\$ 14,30	S/. 50,05	\$ 14,30
Sillas de espera de tres cuerpos	Und.	1,00	\$ 100,00	S/. 350,00	\$ 100,00

Contaremos con un estabilizador de corrientes para el uso de nuestra pc, un escritorios de oficina para el área administrativa, un escritorios para computadora que será utilizado por los vendedores compraremos un estante donde archivaremos los libros contables otorgados por nuestro contador, un ventilador para el buen funcionamiento de la laptop y sillas de espera para nuestros clientes las cuales estarán ubicadas en las oficinas administrativas.

Tabla N° 5. Activo tangible, Vehículos, Maquinaria, Reproductores, Equipo y Herramientas

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	INVERSION US	INVERSION SOLES	TOTAL US
VEHICULOS				S/. 35.000,00	\$ 10.000,00
Camioneta	Und.	1,00	\$ 10.000,00	S/. 35.000,00	\$ 10.000,00
MAQUINARIA				S/. 4.550,00	\$ 1.300,00
Motor para pozo de agua	Und.	1,00	\$ 300,00	S/. 1.050,00	\$ 300,00
Motor generador de energía	Und.	1,00	\$ 1.000,00	S/. 3.500,00	\$ 1.000,00
REPRODUCTORES				S/. 65,10	\$ 1.180,00
Machos reproductores	Und.	25,00	\$ 11,45	S/. 40,08	\$ 286,25
Hembras reproductoras	Und.	125,00	\$ 7,15	S/. 25,03	\$ 893,75
EQUIPO				S/. 1.170,12	\$ 1.914,42
Jaulas de cuatro pisos	Und.	6,00	\$ 285,72	S/. 1.000,02	\$ 1.714,32
Jabas para traslado de animales (capacidad 30 cuyes)	Und.	5,00	\$ 34,30	S/. 120,05	\$ 171,50
Carretilla	Und.	2,00	\$ 14,30	S/. 50,05	\$ 28,60
HERRAMIENTAS				S/. 3.380,20	\$ 994,34
Extintores	Und.	2,00	\$ 28,57	S/. 100,00	\$ 57,14
Balanza para gramos	Und.	1,00	\$ 300,00	S/. 1.050,00	\$ 300,00
Balanza para alimentación	Und.	1,00	\$ 50,00	S/. 75,00	\$ 500,00
Tanque para agua 1500 lt	Und.	1,00	\$ 128,60	S/. 450,10	\$ 128,60
aja de conexión eléctrica	Und.	1,00	\$ 8,60	S/. 30,10	\$ 8,60

Adquiriremos una camioneta con la cual realizaremos la repartición de nuestros cuyes y dentro de ellas jabas para el traslado de los animales sin sufrir maltratos y que lleguen en óptimas condiciones a nuestros clientes; los cuyes serán criados en jaulas de cuatro pisos con una capacidad de 50 cuyes y contaremos con carretillas para el recojo del abono el cual también comercializaremos por kilo.

Por regulaciones de la municipalidad contaremos con un extintor en caso de incendios.

Tendremos un tanque de agua para el almacenamiento de la misma y adquiriremos una balanza para el peso del alimento de los animales y otra para pesar a los cuyes durante el proceso productivo., esto se hará con el apoyo del técnico agrónomo.

Tabla N° 6. Activo intangible

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	INVERSION US	INVERSION SOLES	TOTAL US
INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES				S/. 441,00	\$ 126,00
Software Contable		1,00	\$ 120,00	S/. 420,00	\$ 120,00
Imprevistos (5%)				S/. 21,00	\$ 6,00

Compraremos un software contable para llevar el correcto control y registro de nuestras ventas el cual tiene un costo de 120 dólares y será instalado en nuestras tres computadoras (el costo incluye la instalación en todas las maquinas)

Tendemos un margen del 5% en caso se presente algún imprevisto que no haya sido considerado dentro de los activo intangible

Tabla N° 7. Capital de trabajo

CONCEPTO	Requerimiento Mensual	Tiempo (Meses)	TOTAL
TOTAL			S/. 38,097.10
INSUMOS FIJOS	S/. 1,047,30	3	S/. 3,142.00
SUELDOS	S/. 7,365,00	3	S/. 22,095.00
INSUMOS VARIABLES	S/. 3152,23	4	S/. 12,609.00
MATERIALES DE OFICINA	S/. 83,76	3	S/. 251.00

Nuestro capital de trabajo es parte de la inversión inicial y comprende los insumos fijos para ser utilizados en la producción, los sueldos de nuestros seis colaboradores, insumos variables para el proceso productivo y los materiales de nuestra oficina administrativa, más adelante explicaremos a detalle cada componente del capital de trabajo.

La Inversión de capital de trabajo asciende a S/. 38,097.10 nuevo soles

Tabla N° 8. Insumos para oficina y producción fijos, requerimiento mensual

DETALLE	Unidad de Medida	CANTIDAD Mensual	PRECIO US	PRECIO SOLES	TOTAL US	TOTAL SOLES
TOTAL INSUMOS FIJOS	Varios				\$ 23,93	\$ 83,76
INSUMOS DE OFICINA					\$ 23,93	S/. 83,76
Tinta de impresión	Toner	1,00	\$ 14,29	S/. 50,02	\$ 14,29	S/. 50,02
Hojas bond marca chamex	millar	1,00	\$ 3,50	S/. 12,25	\$ 3,50	S/. 12,25
Papel Higiénico	Rollo	1,00	\$ 3,57	S/. 12,50	\$ 3,57	S/. 12,50
Lapiceros	Docena	1,00	\$ 1,43	S/. 5,01	\$ 1,43	S/. 5,01
Corrector	Und.	2,00	\$ 0,57	S/. 2,00	\$ 1,14	S/. 3,99

Para la oficina administrativa requerimos los materiales mencionados en el cuadro adjunto, el costo mensual es mínimo, ya que nuestra oficina administrativa será pequeña y nuestra principal actividad será la producción de cuyes de calidad

Tabla N° 9. Insumos para oficina y producción fijos, requerimiento anual

DETALLE	TOTAL SOLES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
TOTAL INSUMOS FIJOS	\$ 1.005,06	\$ 83,76											
INSUMOS DE OFICINA	\$ 1.005,06	\$ 83,76	\$ 83,76	\$ 83,76	\$ 83,76	\$ 83,76	\$ 83,76	\$ 83,76	\$ 83,76	\$ 83,76	\$ 83,76	\$ 83,76	\$ 83,76
Tinta de impresión	S/. 600,18	S/. 50,02	S/. 50,02	S 50,02	S/. 50,02	S 50,02	S/. 50,02	S/. 50,02	S/. 50,02	S/ 50,02	S/. 50,02	S/ 50,02	S/. 50,02
Hojas bond marca chamex	S/. 147,00	S/. 12,25	S/ 12,25	S/. 12,25	S/. 12,25	S/. 12,25	S/. 12,25	S/. 12,25	S/. 12,25	S/. 12,25	S/. 12,25	S/. 12,25	S/. 12,25
Papel Higienico	S/. 149,94	S/. 12,50	S/. 12,50	S/. 12,50	S/. 12,50	S 12,50	S/ 12,50	S/ 12,50	S/. 12,50	S/. 12,50	S/ 12,50	S/. 12,50	S/. 12,50
Lapiceros	S/. 60,06	S/. 5,01	S/ 5,01	S/. 5,01	S/. 5,01	S/. 5,01	S/. 5,01	S/. 5,01	S/. 5,01				
Corrector	S/. 47,88	S/. 3,99	S/ 3,99	S/. 3,99	S/. 3,99	S/. 3,99							

El costo del cuadro 8 es trasladado a un cuadro anual para proyectar el gasto que tendremos los doce meses del año como podemos observar de cada mes cuanto va ser nuestro gasto; esto nos ayudará para llevar un control estricto de los insumo para la oficina administrativa, por ejemplo lapiceros, hojas bond para imprimir nuestros documentos, tintas para abastecer nuestra impresora y papel higiénico para los baños de la oficina.

Tabla N° 10. Depreciación Anual

DETALLE	VALOR INICIAL (US)	VALOR INICIAL (Soles)	VIDA UTIL (años)	% Depreciación Anual	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL VALOR DE RESCATE
TOTAL					S/. 3.856,66	S/. 143.894,59
Terrenos / Propiedades	\$ 25.900,00	S/. 90.650,00	20	5,00%	S/. 1.295	S/. 135.975
Vehículos	\$ 10.000,00	S/. 35.000,00	5	20,00%	S/. 2.000	S/. 7.000
Maquinaria	\$ 1.300,00	S/. 4.550,00	10	10,00%	S/. 130	S/. 228
Equipos	\$ 1.914,42	S/. 6.700,47	10	10,00%	S/. 191	S/. 335
Herramientas	\$ 206,34	S/. 722,19	5	20,00%	S/. 41	S/. 36
Equipos de computación	\$ 715,00	S/. 2.502,50	5	20,00%	S/. 143	S/. 125
Muebles y enseres	\$ 559,52	S/. 1.958,32	10	10,00%	S/. 56	S/. 196

En los activos tangibles podemos observar un porcentaje de depreciación anual, la cual en el caso del terreno es mínima ya que las propiedades tienen a apreciarse sin embargo en el caso del vehículo muestra el mayor porcentaje de depreciación pues sufre un mayor desgaste con su uso diario.

Tabla N° 11. Requerimiento mensual
Insumos de Oficina

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES	PRECIO S/,	TOTAL SOLES
MATERIAL DE TRABAJO				S/. 80,00
Hojas membretadas	Und.	20,00	S/. 0,15	S/. 3,00
Hojas bond	Millar	1,00	S/. 12,00	S/. 12,00
Engrapadora	Und.	1,00	S/. 5,00	S/. 5,00
Sello de goma	Und.	1,00	S/. 15,00	S/. 15,00
Fólder	Docena	2,00	S/. 12,00	S/. 24,00
Cuadernos	Und.	1,00	S/. 3,00	S/. 3,00
Bolígrafos	Und.	5,00	S/. 0,80	S/. 4,00
Lápices	Ciento	2,00	S/. 1,00	S/. 2,00
Grapas	Caja	1,00	S/. 2,00	S/. 2,00
Perforador	Und.	1,00	S/. 10,00	S/. 10,00

Estos costos también corresponden a los requerimientos mensuales de la oficina administrativa a diferencia de los costos fijos estos son considerados según la variación de la producción.

Tabla N° 12. Requerimiento mensual Insumos para limpieza

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES	PRECIO S/,	TOTAL SOLES
MATERIALES DE LIMPIEZA				S/. 226,30
Escobas	Und.	2,00	S/. 8,00	S/. 16,00
Trapeadores	Und.	2,00	S/. 3,50	S/. 7,00
Cepillos	Und.	2,00	S/. 7,00	S/. 14,00
Mandil	Und.	5,00	S/. 10,00	S/. 50,00
Botas de goma	Und.	5,00	S/. 20,00	S/. 100,00
Bolsas de polietileno	Und.	30,00	S/. 0,10	S/. 3,00
Papel higiénico	Und.	2,00	S/. 8,00	S/. 16,00
Detergente multiuso	Und.	1,00	S/. 18,00	S/. 18,00
Jaboncillos	Und.	1,00	S/. 2,30	S/. 2,30

En cuanto a los insumos para limpieza el gasto es mayor ya que nuestro trabajo en el área operativa nos obliga a mantener un estricto aseo de los ambientes para evitar estar expuestos a posibles enfermedades o focos infecciosos a los cuales con los cuales se vean afectados los cuyes teniendo en cuenta que son un producto destinado a la alimentación.

Tabla N° 13. Requerimiento mensual de uniformes de trabajo

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES	PRECIO S/,	TOTAL SOLES
ROPA DE TRABAJO Y EPP				S/. 741,00
Casco de seguridad	Und.	5,00	S/. 20,00	S/. 100,00
Polo	Und.	12,00	S/. 18,00	S/. 216,00
Pantalon jeans	Und.	5,00	S/. 35,00	S/. 175,00
Botas media caña de seguridad	Und.	5,00	S/. 25,00	S/. 125,00
Guantes de latex	Und.	5,00	S/. 15,00	S/. 75,00
Mandil	Und.	5,00	S/. 10,00	S/. 50,00

Para el tema de los uniformes requerimos que el personal se encuentre adecuadamente uniformado para así poder cumplir con sus labores en el área productiva y estar acordes con los estándares de producción y salubridad indicadas por Digesa, los polos serán repartidos a todos los trabajadores sin excepción sin embargo los demás implementos solo a los operarios y supervisor de producción.

Tabla N° 14. Requerimiento anual de material de trabajo, materiales de limpieza y ropa de trabajo

CONCEPTO	TOTAL ANUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	S/. 4.416,60	S/. 1.047,30	S/. 306,30										
MATERIAL DE TRABAJO	S/. 960,00	S/. 80,00	S/. 80,00	S/. 80,00	S/. 80,00	S/. 80,00	S/. 80,00	S/. 80,00	S/. 80,00	S/. 80,00	S/. 80,00	S/. 80,00	S/. 80,00
MATERIALES DE LIMPIEZA	S/. 2.715,60	S/. 226,30	S/. 226,30	S/. 226,30	S/. 226,30	S/. 226,30	S/. 226,30	S/. 226,30	S/. 226,30	S/. 226,30	S/. 226,30	S/. 226,30	S/. 226,30
ROPA DE TRABAJO Y EPP	S/. 741,00	S/. 741,00	S/. -										

Los cuadros 11, 12 y 13 se encuentran dentro de los costos variables de producción y en este cuadro están expresados de manera anual lo cual nos ocasiona un gasto de 4,416.60 soles durante el ejercicio.

Los uniformes y ropa de trabajo solo son considerados como un único gasto anual ya que será responsabilidad de cada colaborador mantener su uniforme de trabajo en buenas condiciones para un año de trabajo, la ropa de trabajo será renovada de manera anual.

Tabla N° 15.

Obligaciones Laborales

DETALLE	Sueldo Básico (Soles)	AFP 13 %	CTS 8.5%	AGUINALDO 16.7 %	SUELDO TOTAL Soles	SUELDO TOTAL Dólares
TOTAL OBLIGACIONES LABORALES					S/. 6.758,00	\$1.930
AREA ADMINISTRATIVA					S/. 4.253,00	\$1.215
Administrador	S/. 2.500,00	S/. 325,00	S/. 212,50	S/. -	S/. 3.038	\$ 868
Vendedor	S/. 1.000,00	S/. 130,00	S/. 85,00	S/. -	S/. 1.215	\$ 347
AREA OPERATIVA					S/. 2.505,00	\$715
Supervisor Producción	S/. 1.000,00	S/. 130,00	S/. 8,50	S/. -	S/. 1.139	\$ 325
Operario part time	S/. 600,00	S/. 78,00	S/. 5,10	S/. -	S/. 683	\$ 195
Operario part time	S/. 600,00	S/. 78,00	S/. 5,10	S/. -	S/. 683	\$ 195

La empresa se encuentra dividida en dos áreas, las cuales son:

Área Administrativa: compuesta por un administrador, y un vendedor los cuales percibirán un sueldo fijo, ellos también nos apoyaran con el reparto del producto a los negocios de nuestros clientes; en el tema contable tercerizaremos el servicio con un contador al cual se le pagaran honorarios por sus servicios, no se contemplaran sus servicios en planilla.

Área Operativa: la cual cuenta con un supervisor de producción a tiempo completo y dos operarios part time, entre estas tres posiciones se encuentra contemplado el aseo diario de la planta, y mantener en adecuadas condiciones su área de trabajo ..

Tabla N° 16. Obligaciones Laborales Periodo anual

DETALLE	Total Anual	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
TOTAL OBLIGACIONES LABORALES	S/. 81.096	S/. 6.758											
AREA ADMINISTRATIVA	S/. 51.036	S/. 4.253											
Administrador	S/. 36.456	S/. 3.038											
Vendedor	S/. 14.580	S/. 1.215											
AREA OPERATIVA	S/. 30.060	S/. 2.505											
Supervisor Producción	S/. 13.668	S/. 1.139											
Operario part time	S/. 8.196	S/. 683											
Operario part time	S/. 8.196	S/. 683											

La tabla numero 15 expresada de forma anual, podemos evidenciar que la empresa ha apostado por tercerizar algunos servicios necesarios en la empresa como la contabilidad y el técnico zootecnista, los pagos a estas personas se encuentran incluidos en cuadros que explicaremos a detalle en las hojas siguientes.

Tabla N° 17. Consumo mensual de combustible

DETALLE	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL MENSUAL SOLES	TOTAL MENSUAL (US)
TOTAL				S/. 340	\$ 97
VEHICULOS				S/. 300,00	\$ 86
Camioneta	30	Petróleo Galón	S/. 10	S/. 300	\$ 86
MAQUINARIAS				S/. 40,00	\$ 11
Consumo Máquina 1	4	Petróleo Galón	S/. 10	S/. 40	\$ 11

El gasto mensual de combustible es mínimo, ya que tenemos algunos clientes que vienen a nuestro local y recogen el producto.

Además la ubicación de la planta en relación a distancia de nuestros clientes es cercana lo cual no nos genera altos costos de combustible.

Tabla N° 18. Consumo anual de combustible

DETALLE	TOTAL ANUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
TOTAL	S/. 4.080,00	S/. 340											
VEHICULOS	S/. 3.600,00	S/. 300											
Consumo camioneta 1	S/. -	S/. 300											
MAQUINARIAS	S/. 480,00	S/. 40											
Consumo Máquina 1	S/. -	S/. 40											

En cuanto al gasto de petróleo anual para el vehículo también consideramos el recojo de forraje y otras gestiones correspondientes al funcionamiento de la empresa; a su vez también utilizamos combustible para bombear el agua de pozo para utilizar para limpieza del área operativa y de producción.

Tabla N° 19. Costo de mantenimiento preventivo anual de vehículos y
maquinaria

DESCRIPCIÓN		CANTIDAD	TIPO	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL Soles	COSTO ANUAL US
					S/. 1.580	\$ 451
VEHICULOS					S/. 1.200	\$ 343
1	Camioneta 1	4	Mayor	300	S/. 1.200	\$ 343
MAQUINARIA					S/. 380	\$ 109
1	Consumo Motor Pozo	1	Menor	180	S/. 180,00	\$ 51,43
2	Motor generador de luz	1	Menor	200	S/. 200,00	\$ 57,14

El costo de mantenimiento preventivo es importante en toda empresa, por ellos estamos considerando según cuadro adjunto, para que de esta manera procuremos solucionar algunos inconvenientes que se presentan durante las operaciones de la empresa, y nos encontremos cubiertos ante cualquier eventualidad que impida el avance diario de las operaciones..

Tabla N° 20. Costo de seguros vehiculares y maquinarias

DESCRIPCIÓN		CANTIDAD	TIPO	Precio Vehículo	Seguro 5 % V Vehículo	COSTO Soles	COSTO US
						S/. 565	\$ 161
VEHICULOS						S/. 500	\$ 143
1	Camioneta 1	1	Seguro Anual	\$ 10.000,00	\$ 500,00	S/. 500	\$ 143
MAQUINARIA						S/. 65	\$ 19
1	Motor para pozo	1	Seguro Anual	\$ 300,00	\$ 15,00	S/. 15,00	\$ 4,29
2	Motor generador de luz	1	Seguro Anual	\$ 1.000,00	\$ 50,00	S/. 50,00	\$ 14,29

Consideramos el costo de seguro vehicular porque toda empresa formal debe estar protegida ante cualquier tipo de siniestro, en nuestro caso el uso de la camioneta es vital para el funcionamiento del negocio.

Tabla N° 21. Costo de servicios varios fijos mensuales

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO SOLES	COSTO SOLES	TOTAL US
TOTAL				S/. 1.627,00	\$ 464,86
ENERGIA ELECTRICA				S/. 132,00	\$ 37,71
Local 1	KW	150	1	S/. 132,00	\$ 37,71
TECNICO AGRÓNOMO				S/. 500,00	\$ 142,86
Servicios	Servicio	1	500	S/. 500,00	\$ 142,86
TELEFONIA FIJA				S/. 50,00	\$ 14,29
Local 1	Línea	1	50	S/. 50,00	\$ 14,29
TELEFONIA CELULAR				S/. 75,00	\$ 21,43
Celular rpm	Equipo + Línea	1	75	S/. 75,00	\$ 21,43
INTERNET				S/. 70,00	\$ 20,00
Local 1	Paqte. Datos	1	70	S/. 70,00	\$ 20,00
CONTADOR				S/. 800,00	\$ 228,57
Servicio de Contabilidad	Servicio	1	800	S/. 800,00	\$ 228,57

En el costo de servicio varios fijos mensuales estamos tomando en cuenta: La Energía Eléctrica proporcionada por Edelnor, como se mencionó anteriormente no utilizaremos el servicio de agua proporcionado por la empresa Sedapal, todo el abastecimiento de la plata será realizado por nuestro pozo de agua; telefonía fija e internet para la comunicación con los clientes y proveedores , el servicio de contabilidad también se considera aquí ya que nuestro contador no está en planilla pues sus servicios si bien es cierto son mensuales no es necesaria su presencia en la planta, lo mismo sucede con el técnico agrónomo quien se encargará del cuidado de la salud de nuestros cuyes, asimismo de proporcionarles las dosis de medicina requeridos para su correcta producción y desarrollo; esta persona nos visitara dos veces a la semana durante el mes. .

Tabla N° 22. Costo de servicios varios fijos anuales

DETALLE	TOTAL ANUAL	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
TOTAL	S/. 19.524,00	S/. 1.627,00											
ENERGIA	S/. 1.584,00	S/. 132,00											
Local 1	S/. 1.584,00	S/. 132,00											
TECNICO	S/. 6.000,00	S/. 500,00											
AGRÓNOMO	S/. 6.000,00	S/. 500,00											
Servicios	S/. 6.000,00	S/. 500,00											
TELEFONIA	S/. 600,00	S/. 50,00											
FIJA	S/. 600,00	S/. 50,00											
Local 1	S/. 600,00	S/. 50,00											
TELEFONIA	S/. 900,00	S/. 75,00											
CELULAR	S/. 900,00	S/. 75,00											
Celular rpm	S/. 900,00	S/. 75,00											
INTERNET	S/. 840,00	S/. 70,00											
Local 1	S/. 840,00	S/. 70,00											
CONTADOR	S/. 9.600,00	S/. 800,00											
Servicio de Contabilidad	S/. 9.600,00	S/. 800,00											

La tabla 21 expresada de manera anual

Tabla N° 23. Ingresos por ventas diarias

DETALLE	Unidad de Medida	CANTIDAD Diaria	PRECIO DE VENTA EN SOLES	TOTAL SOLES	TOTAL US
VENTAS PROYECTADAS PARA UN DIA				S/. 722,00	S/. 206,29
Cuy vivo	Unid.	40,00	S/. 18,00	S/. 720,00	S/. 205,71
Abono de cuy	Saco	1,00	S/. 2,00	S/. 2,00	S/. 0,57

Se tiene proyectada la venta diaria de 40 unidades de cuy en promedio, a un precio de 18 soles la unidad, obteniendo así 720 soles de ingreso por dicho producto.

En cuanto al estiércol se recolectara de manera adecuada y se almacenara en un ambiente propicio para posteriormente trasladarlo en sacos de yute con una capacidad de diez kilos cada uno, la cual se pondrá a la venta con un precio de 10 soles la unidad, el promedio de recolección nos dará la capacidad de venta de un saco diario.

Tabla N° 24. Ingresos promedio por ventas semanales

SEMANA	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	PROMEDIO DE VENTAS
Cuy vivo	S/. 720,00	S/. 504,00	S/. 576,00	S/. 648,00	S/. 792,00	S/. 936,00	S/. 1.152,00	S/. 761,14
Abono de cuy	S/. 2,00	S/. 1,60	S/. 1,60	S/. 2,20	S/. 2,60	S/. 3,00	S/. 2,40	S/. 2,20

En este cuadro se muestran los ingresos proyectados de manera semanal, podemos observar que la mayor cantidad de venta se concentra los viernes, sábados y domingos que son los días en los cuales nuestros clientes reciben la mayor afluencia de público por lo tanto su volumen de compra aumenta.

Nuestro promedio de ventas es 761.14 soles por ambos productos, esto nos sirve para calcular los ingresos promedio mensuales.

Tabla N° 25. Ingresos por ventas anuales

MES	TOTAL SOLES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
VENTA TOTAL	S/. 350.374,37	S/. 22.900,29	S/. 20.610,26	S/. 27.480,34	S/. 22.900,29	S/. 32.060,40	S/. 20.610,26	S/. 41.220,51	S/. 16.030,20	S/. 20.610,26	S/. 27.480,34	S/. 41.220,51	S/. 57.250,71
Cuy vivo	S/. 349.364,57	S/. 22.834,29	S/. 20.550,86	S/. 27.401,14	S/. 22.834,29	S/. 31.968,00	S/. 20.550,86	S/. 41.101,71	S/. 15.984,00	S/. 20.550,86	S/. 27.401,14	S/. 41.101,71	S/. 57.085,71
Abono de cuy	S/. 1.009,80	S/. 66,00	S/. 59,40	S/. 79,20	S/. 66,00	S/. 92,40	S/. 59,40	S/. 118,80	S/. 46,20	S/. 59,40	S/. 79,20	S/. 118,80	S/. 165,00

En este cuadro se muestran los ingresos proyectados expresados de manera anual, se puede observar que los meses donde recibiremos los mayores ingresos son: Marzo, ya que tenemos los feriados de semana santa, Mayo, pues se celebra el día de la madre, en Julio vemos un crecimiento mayor aún por las Fiestas Patrias del país, en Octubre se tiene el mes morado en honor al Señor de Los Milagros, los meses de noviembre y diciembre son los de mayor venta, en noviembre observamos un crecimiento promedio de 80% y en diciembre un incremento del 250% debido a las festividades navideñas y de fin de año, adicionalmente a ello los comenzarles de nuestros clientes reciben ingresos adicionales por las gratificaciones en el trabajo lo que les permite tener una mayor capacidad de consumo.

Tabla N° 26. Ratio de costo de ventas

DETALLE	Unidad de Medida	CANTIDAD Diaria	PRECIO COMPRA SOLES	TOTAL SOLES	Participación
VENTAS PROYECTADAS PARA UN DIA				S/. 1.120,00	
Cuy vivo	Und	40,00	S/. 25,00	S/. 1.000,00	
Forraje	Kg	12,00	S/. 2,50	S/. 30,00	0,14
Cuyina	Kg.	10,00	S/. 5,00	S/. 50,00	
Medicina	Und.	10,00	S/. 5,00	S/. 50,00	
Cajas de cartón	Und.	8,00	S/. 1,00	S/. 8,00	
Abono	Kg	10,00	S/. 12,00	S/. 120,00	
Sacos de Yute	Lt.	1,00	S/. 2,00	S/. 2,00	0,02

En este cuadro podemos observar los costos de ventas diarios de nuestros dos productos: cuy vivo y abono.

Para el cuy vivo necesitamos el forraje hidropónico, cuyina para complementar su alimentación, medicina que será suministrada por el técnico agrónomo en proporciones adecuadas y cajas de cartón ya que con estas cubriremos los cuyes en épocas de frío, cuando estos lo requieran. Estos productos representan el 14% de participación en el proceso productivo de los cuyes.

En cuanto al abono lo único que necesitamos es los sacos de yute donde trasladaremos el producto para su posterior comercialización.

Tabla N° 27. Costo de ventas anualizadas de acuerdo a ratios

MES	TOTAL SOLES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
VENTA TOTAL	S/. 48.229,14	S/. 3.152,23	S/. 2.837,01	S/. 3.782,68	S/. 3.152,23	S/. 4.413,12	S/. 2.837,01	S/. 5.674,02	S/. 2.206,56	S/. 2.837,01	S/. 3.782,68	S/. 5.674,02	S/. 7.880,58
Producto 1	S/. 48.212,31	S/. 3.151,13	S/. 2.836,02	S/. 3.781,36	S/. 3.151,13	S/. 4.411,58	S/. 2.836,02	S/. 5.672,04	S/. 2.205,79	S/. 2.836,02	S/. 3.781,36	S/. 5.672,04	S/. 7.877,83
Producto 2	S/. 16,83	S/. 1,10	S/. 0,99	S/. 1,32	S/. 1,10	S/. 1,54	S/. 0,99	S/. 1,98	S/. 0,77	S/. 0,99	S/. 1,32	S/. 1,98	S/. 2,75

En este cuadro podemos observar nuestro costo de ventas anualizado de acuerdo al costo de ventas calculado de manera mensual, nuestro costo de ventas por ambos productos al año asciende a 48,229.14 soles.

Tabla N° 28. Flujo de caja proyectado a 10 años

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO											
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Inversión Inicial	S/. 187.830										
Reinversión						S/. 46.748					
Financiamiento											
Ingresos por ventas		S/. 350.374	S/. 367.893	S/. 386.288	S/. 405.602	S/. 425.882	S/. 447.176	S/. 469.535	S/. 493.012	S/. 517.663	S/. 543.546
Valor de Rescate						S/. 7.448					S/. 164.429
TOTAL INGRESOS:	S/. 187.830	S/. 350.374	S/. 367.893	S/. 386.288	S/. 405.602	S/. 480.078	S/. 447.176	S/. 469.535	S/. 493.012	S/. 517.663	S/. 707.974
Costos Fijos		S/. 5.422	S/. 5.584	S/. 5.752	S/. 5.924	S/. 6.102	S/. 6.285	S/. 6.474	S/. 6.668	S/. 6.868	S/. 7.074
Sueldos		S/. 81.096	S/. 85.151	S/. 89.408	S/. 93.879	S/. 98.573	S/. 103.501	S/. 108.676	S/. 114.110	S/. 119.816	S/. 125.807
Combustible/Seguros/Manten/Servi		S/. 25.749	S/. 26.521	S/. 27.317	S/. 28.137	S/. 28.981	S/. 29.850	S/. 30.746	S/. 31.668	S/. 32.618	S/. 33.597
Costos Variables		S/. 48.229	S/. 50.641	S/. 53.173	S/. 55.831	S/. 58.623	S/. 61.554	S/. 64.632	S/. 67.863	S/. 71.256	S/. 74.819
Depreciación anual de Activos fijos		S/. 4.119									
TOTAL EGRESOS:		S/. 164.615	S/. 172.016	S/. 179.769	S/. 187.890	S/. 196.398	S/. 205.310	S/. 214.647	S/. 224.429	S/. 234.677	S/. 245.416
EBITDA		S/. 185.759	S/. 195.877	S/. 206.519	S/. 217.712	S/. 283.681	S/. 241.866	S/. 254.888	S/. 268.583	S/. 282.985	S/. 462.559
Impuesto a la Renta - 30 %		S/. 55.728	S/. 58.763	S/. 61.956	S/. 65.314	S/. 85.104	S/. 72.560	S/. 76.467	S/. 80.575	S/. 84.896	S/. 138.768

Débito fiscal VENTAS 18 %		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
		53.447	56.119	58.925	61.872	64.965	68.213	71.624	75.205	78.965	82.914
Crédito fiscal COSTOS DE VENTA 18%		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
		12.112	12.622	13.155	13.712	14.294	14.902	15.537	16.200	16.893	17.617
IGV		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
		41.335	43.497	45.770	48.159	50.671	53.312	56.087	59.005	62.073	65.297
TOTAL IMPUESTOS A PAGAR		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
		97.063	102.260	107.725	113.473	135.775	125.872	132.554	139.580	146.968	204.064
UTILIDADES / GANANCIAS NETAS		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
		88.696	93.617	98.793	104.239	147.905	115.995	122.335	129.003	136.017	258.494
Depreciación anual de Activos fijos		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
		4.119	4.119	4.119	4.119	4.119	4.119	4.119	4.119	4.119	4.119
FLUJO NETO DEL PROYECTO:	-S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	187.830	92.816	97.736	102.913	108.358	152.025	120.114	126.454	133.122	140.136	262.614

SALDO ACUMULADO DEL FLUJO:	-S/.	-S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	187.830	95.015	2.721	105.634	213.992	366.017	486.131	612.585	745.707	885.843	1.148.457

Nuestro flujo de caja proyectado es a 10 años y con financiamiento propio, estamos considerando nuestra inversión inicial para el proyecto de crianza de cuyes a base de forraje hidropónico en la Provincia de Huaral que asciende a un total de S/. 187,830 nuevo soles, los cuales provienen de aportes de Socios y estaremos recuperando dicha inversión al segundo año de inicio de operaciones.

Nuestro ingresos por venta de productos está en forma ascendente, teniendo un total de S/. 350,374.00 nuevo soles en el año uno

Los egresos también son de manera ascendente y estos son directamente proporcionales al nivel de ventas, que va en aumento cada año.

A partir del año cinco estaremos reinvertiendo en el proyecto, también renovaremos lo equipos y ampliaremos nuestra planta de producción.

Desde el primer año se observa que la empresa está obteniendo utilidades las cuales van en aumento desde el segundo año hasta el año diez.

REFERENCIAS

- 1) <http://www.monografias.com/trabajos46/oferta-cuy/oferta-cuy2.shtml> 1
- 2) <http://www.monografias.com/trabajos46/oferta-cuy/oferta-cuy2.shtml> 2
- 3) <http://www.monografias.com/trabajos46/oferta-cuy/oferta-cuy2.shtml> 3
- 4) <https://producciondecuyes.wordpress.com/2010/03/26/hello-world/> 4
- 5) <https://producciondecuyes.wordpress.com/2010/03/26/hello-world/>. 5
- 6) <http://www.monografias.com/trabajos51/carne-cuy/carne-cuy2.shtml> 6
- 7) <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-carne-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx> 7
- 8) <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-carne-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx>. 8
- 9) <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-carne-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx> 9
- 10) <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-carne-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx>. 10
- 11) <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-carne-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx> 11
- 12) <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-consumo-per-capita-carne-cuy-sera-mayor-a-un-kilo-2015-477934.aspx> 12
- 13) www.turismoincablogspot.com 13
- 14) www.horticulturaefectiva.net 14
- 15) <https://www.google.com.pe/search?q=valor+nutritivo+de+cuy&biw=1517&bih=692&tbm=isch&imgil=pOHTOOpMebmFLM%253A%253> 15
- 16) [Publicación de Melvin Vargas Flores](#) 16
- 17) [Elaborado por: Melvin Vargas Flores](#) 17
- 18) [Elaborado por .Teresa Montes Andia.](#) 18
- 19) http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy 19
- 20) http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy 20

21)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	21
22)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	22
23)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	23
24)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	24
25)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	25
26)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	26
27)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	27
28)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	28
29)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	29
30)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	30
31)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	31
32)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	32
33)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	33
34)	http://www.sierraexportadora.gob.pe/perfil_comercial/cuy	34
35)	Fuente propia	35
36)	Elaboración propia	36
37)	www.labc.blogspot.com	37
38)	http://www.educadictos.com/la-matriz-bcg_a	38
39)	http://www.educadictos.com/la-matriz-bcg	39

CAPÍTULO 5. RESULTADOS

5.1. CONCLUSIONES

- ✓ En comparación con las carnes sustitutas (Pollo, Res, Cerdo, pato, conejo, etc) La carne de cuy contiene un alto Valor proteico al ser consumida contribuye a la adecuada nutrición de las familias
- ✓ La Alimentación con forraje hidropónico le da un adecuado crecimiento, desarrollo y reproducción a los cuyes.
- ✓ La crianza en base a insumos hidropónicos genera un menor costo para la crianza de cuyes y mayor producción.
- ✓ Al adoptar las estrategias planteadas se logra un producto innovador; carne de calidad y basados en las buenas prácticas de crianza; permitirá al consumidor optar por nuestra oferta en relación a la existe en el mercado.
- ✓ La estrategia de operaciones debe orientarse al uso de materia prima de buena calidad, a contar con personal calificado y a la aplicación de políticas estrictas de control de los procesos para garantizar la calidad del producto.

5.2. Recomendaciones

- ✓ Los animales que no se utilizan para la reproducción, deben venderse a los tres meses de edad, ya que a esta edad, con una buena alimentación y un buen manejo cada animal puede alcanzar hasta 1 kg de peso vivo.

- ✓ Si se quiere mejorar la crianza se debe comprar reproductores machos teniendo en cuenta el aspecto sanitario del criadero, ya que estos pueden ser portadores de enfermedades tanto infecciosas como parasitarias; por lo tanto conviene ponerlos en observación durante 8 a 20 días.

- ✓ Un importante factor de éxito para la organización es la difusión del producto en diferentes medios, recalcando las bondades y lo beneficioso que pueden ser el consumo del cuy para el ser Humano.

- ✓ Una crianza tecnificada nos lleva a la obtención de un producto con altos estándares de calidad a un bajo costo.

ANEXOS

Encuesta de consumo de cuy en la provincia de Huaral

1. ¿Consumo diario de cuy por restaurante?

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo

2. ¿Qué raza de cuyes utiliza para su negocio?

Raza Perú	Raza Andina	Otros

3. ¿Cómo adquiere el producto?

Cuy Vivo	Cuy Beneficiado

4. ¿Cuál es el precio que paga por cuy?

Cuy Vivo	Cuy Beneficiado

5. ¿Cuáles son los meses del año que tiene más demanda de cuy y cuánto?

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre

6. ¿Tiene criadero propio?

Si	No

7. ¿A quiénes les compra los cuyes?

Crianza propia	Criaderos de la zona	Familiares

8. ¿Conoce sobre la alimentación hidropónica?

Si	No

9. ¿Cuál es su sistema de pago?

Credito	Contado

10. ¿Cuánto tiempo tiene en el mercado su negocio?

De 1 a 5 años	De 5 a 10 años	Mas de 10 años