



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
HUANCVELICA**

(Creada por Ley N° 25265)

**ESCUELA DE POSGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
UNIDAD DE POSGRADO**



TESIS

**EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA Y
FINANCIERA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
GRANJA DE CUY (*Cavia porcellus*) PARA REALIZAR
TURISMO RURAL EN EL PAGO DE AZÁNGARO GRANDE
– HUANTA**

Línea de investigación: Gestión Estratégica de Agronegocios

PRESENTADO POR:

Bach. Christian Carlos, LEÓN LAURENTE

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN:

CIENCIAS DE INGENIERIA

Mención Agronegocios y Comercio Internacional

HUANCAVELICA - PERU

2018



UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAVELICA

(Creado por la ley N°25265)

ESCUELA DE POSGRADO

UNIDAD DE POSGRADO

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Dialogo y las Reconciliación Nacional"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Ante el jurado conformado por los docentes: Dr. PORTUGUÉZ MAURTUA, Agustín Julián; Dr. RUIZ VÍLCHEZ, David; Mg. ALIAGA BARRERA, Isaac Nolberto; Dr. ARONE GASPARG, Gregorio José.

Asesor: Mg. Efraín David, ESTEBAN NOLBERTO

De conformidad al reglamento para optar el grado Académico de Maestro y doctor de la escuela de posgrado, aprobado mediante Resolución Directoral 148-2016-EPG-R/UNH.

El candidato al GRADO DE MAESTRO EN CIENCIAS DE INGENIERIA CON MENCION EN: AGRONEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

Don, Bach. Christian Carlos, LEÓN LAURENTE, procedió a sustentar su trabajo de investigación titulado "EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA GRANJA DE CUY (*Cavia porcellus*) PARA REALIZAR TURISMO RURAL EN EL PAGO DE AZÁNGARO GRANDE - HUANTA".

Luego, de haber absuelto las preguntas que le fueron formuladas por los miembros del jurado, se dio por concluido al ACTO de sustentación, realizándose la deliberación y calificación, resultando:

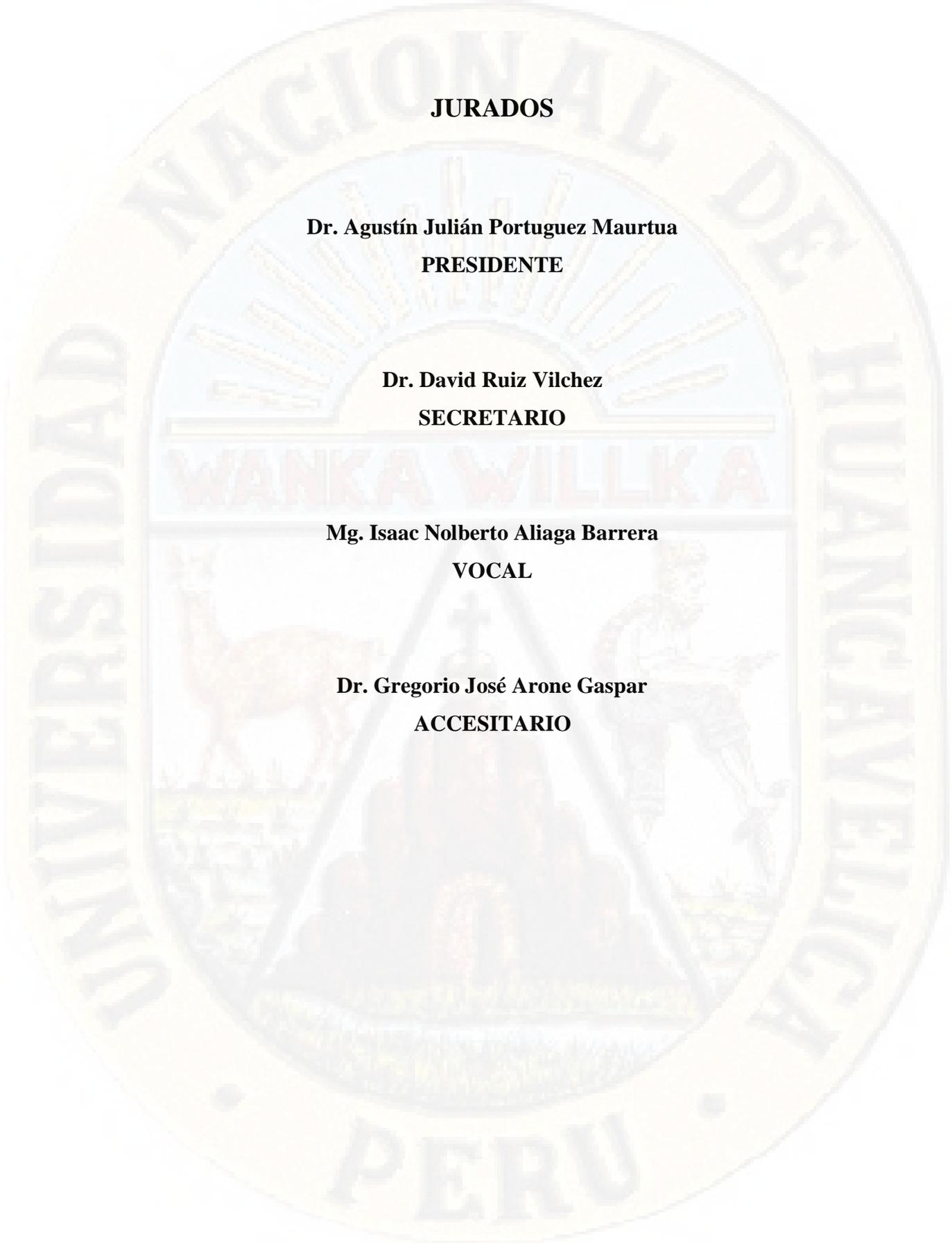
Con el calificativo: Aprobado Por: UNANIMIDAD
Desaprobado

Y para constancia se extiende la presente ACTA, en la ciudad Acobamba, a los cinco días del mes de diciembre del año 2018.

Dr. PORTUGUÉZ MAURTUA, Agustín Julián
Presidente del jurado

Dr. RUIZ VÍLCHEZ, David
Secretario del jurado

Mg. ALIAGA BARRERA, Isaac Nolberto
vocal del jurado

The seal of the National University of Huancavelica is a large, circular emblem in the background. It features a central shield with a sunburst at the top, a llama on the left, a figure on the right, and a central figure. The shield is flanked by two diagonal lines. Above the shield is a banner with the text 'WANKA WILLKA'. The outer ring of the seal contains the text 'UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA' at the top and 'PERU' at the bottom.

JURADOS

Dr. Agustín Julián Portuguez Maurtua

PRESIDENTE

Dr. David Ruiz Vilchez

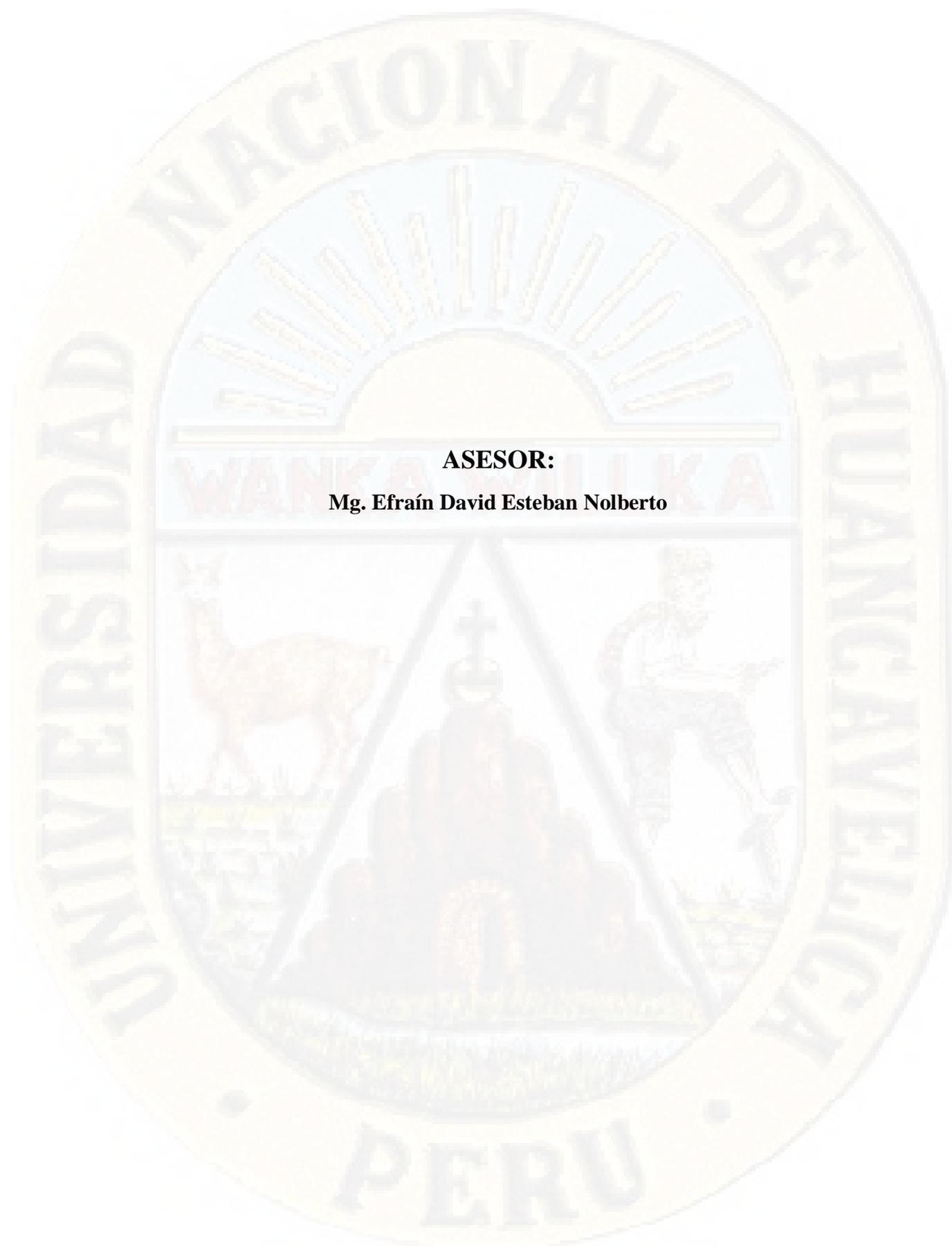
SECRETARIO

Mg. Isaac Nolberto Aliaga Barrera

VOCAL

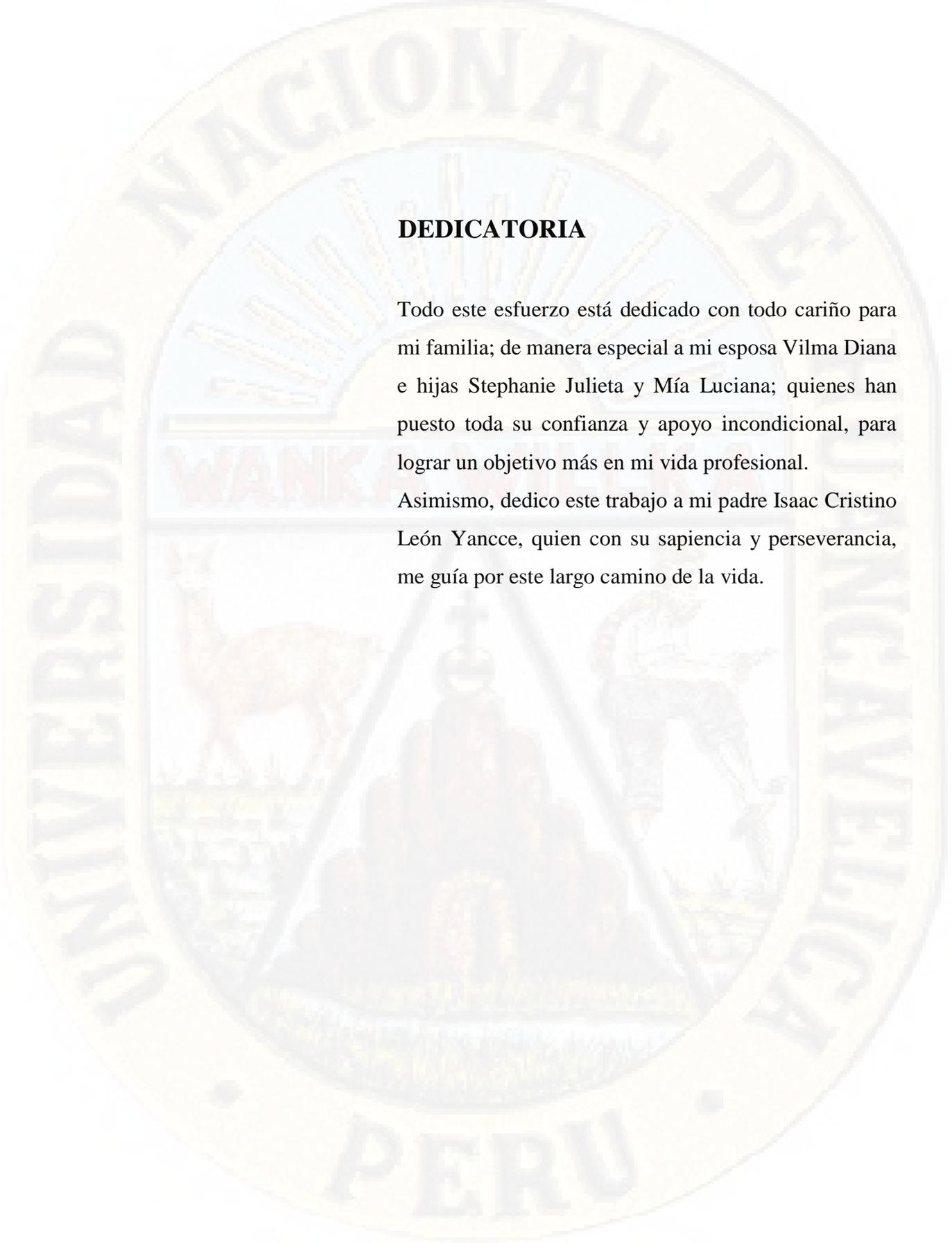
Dr. Gregorio José Arone Gaspar

ACCESITARIO



ASESOR:

Mg. Efraín David Esteban Nolberto



DEDICATORIA

Todo este esfuerzo está dedicado con todo cariño para mi familia; de manera especial a mi esposa Vilma Diana e hijas Stephanie Julieta y Mía Luciana; quienes han puesto toda su confianza y apoyo incondicional, para lograr un objetivo más en mi vida profesional.

Asimismo, dedico este trabajo a mi padre Isaac Cristino León Yance, quien con su sapiencia y perseverancia, me guía por este largo camino de la vida.

AGRADECIMIENTO

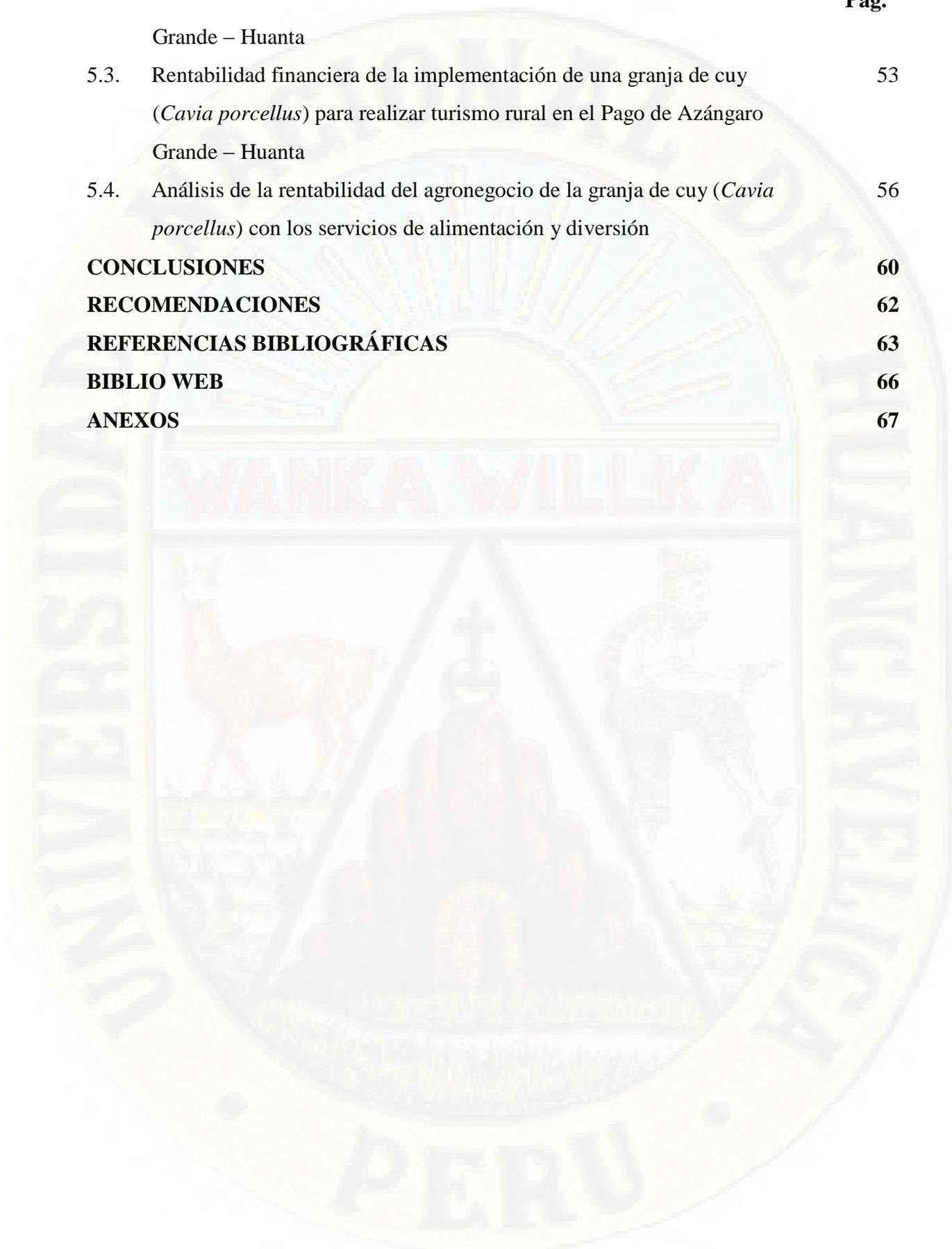
- Al finalizar este trabajo quiero utilizar este espacio para agradecer a Dios por todas sus bendiciones, que llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.
- Asimismo, agradezco a todas las autoridades y personas del Pago de Azángaro Grande de la provincia de Huanta, por abrirme las puertas y permitirme realizar todo este proceso de investigación.
- Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Dr. Agustín Julián Portuguez Maurtua, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

ÍNDICE

	Pág.
Carátula	
Acta de sustentación	ii
Jurados	iii
Asesores	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	5
PROBLEMA: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.2. OBJETIVOS	6
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	6
1.4. LIMITACIONES DEL ESTUDIO	8
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO: ANTECEDENTES	9
2.1. Antecedentes de la investigación	9
2.2. Bases teóricas	15
2.2.1. El cuy (<i>Cavia porcellus</i>)	15
2.2.2. Tipos y razas de cuy	16
2.2.3. Usos y principales derivados	18
2.2.4. Sistemas de producción	19
2.2.5. El negocio del cuy	20
2.2.6. Tipos de valores económicos y financieros	22
2.2.7. Causas del estrés	22
2.2.8. Turismo rural: Enfoques	23
2.3. Análisis de la rentabilidad empresarial	24
2.3.1. Rentabilidad económica	25
2.3.2. Rentabilidad financiera	25
2.4. Hipótesis	25

	Pág.
2.4.1. Hipótesis general	25
2.4.2. Hipótesis específicas	26
2.5. Definición de términos	26
2.6. Variables	27
CAPÍTULO III	29
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.1. Ámbito de estudio	29
3.2. Tipo de investigación	29
3.3. Nivel de investigación	29
3.4. Método de investigación	29
3.5. Diseño de investigación	30
3.6. Población, muestra y muestreo	30
3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	31
3.9. Descripción de la prueba de hipótesis	31
CAPÍTULO IV	33
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	33
4.1. Caracterización de los productores de cuy y restaurante campestre del Pago de Azángaro Grande – Huanta	33
4.2. Rentabilidad económica de la implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	39
4.3. Rentabilidad financiera de la implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	41
4.4. Análisis de la rentabilidad del agronegocio de la granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) con los servicios de alimentación y diversión	44
CAPÍTULO V	51
DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	51
5.1. Caracterización de los productores de cuy y restaurante campestre del Pago de Azángaro Grande – Huanta	51
5.2. Rentabilidad económica de la implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro	52

	Pág.
Grande – Huanta	
5.3. Rentabilidad financiera de la implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	53
5.4. Análisis de la rentabilidad del agronegocio de la granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) con los servicios de alimentación y diversión	56
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
BIBLIO WEB	66
ANEXOS	67



ÍNDICE DE TABLAS

Pág.

	Pág.	
Tabla 2.1.	Composición comparativa de productos cárnicos	16
Tabla 2.2.	Características de estiércol por tipo de animal	19
Tabla 2.3.	Medidas corporales de cuyes sacrificados	21
Tabla 2.4.	Rendimiento de carcasa en cuyes	21
Tabla 2.5.	Tipos de valores económicos y financieros y las formas de medirlos	23
Tabla 2.6.	Algunos enfoques que agrupan las definiciones sobre TR	24
Tabla 2.7.	Definición operativa de variables e indicadores	28
Tabla 3.1.	Diseño experimental de la investigación	30
Tabla 4.1.	Características de los productores de cuy en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	33
Tabla 4.2.	Tiempo de experiencia en el negocio del cuy por parte de los productores del Pago de Azángaro Grande – Huanta	34
Tabla 4.3.	Cantidad y frecuencia de cuy Raza Perú por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta	35
Tabla 4.4.	Cantidad y frecuencia de cuy Raza Inti por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta	36
Tabla 4.5.	Cantidad y frecuencia de cuy Raza Andina por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta	37
Tabla 4.6.	Cantidad y frecuencia de cuy disponible cada fin de semana por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta	38
Tabla 4.7.	Rendimiento sin vísceras y con vísceras en el beneficio del cuy mejorado	39
Tabla 4.8.	Costo de alimento para el cuy comercial producido en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	40
Tabla 4.9.	Costo unitario de producción para cuy mejorado en el Pago de Azángaro Grande – Huanta (Por cuy de 900 g)	40
Tabla 4.10.	Ingresos por venta proyectados del cuy mejorado en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	41
Tabla 4.11.	Ingresos por venta de refrescos proyectados en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	41

	Pág.
Tabla 4.12. Costos y márgenes para el productor Familiar - comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta	42
Tabla 4.13. Rentabilidad proyectada para el productor Familiar - comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta	42
Tabla 4.14. Costos y márgenes para el productor Comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta	43
Tabla 4.15. Rentabilidad proyectada para el productor Comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta	43
Tabla 4.16. Costos y márgenes para el transformador pequeño en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	44
Tabla 4.17. Rentabilidad proyectada para el transformador pequeño en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	44
Tabla 4.18. Costos y márgenes para el transformador grande en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	45
Tabla 4.19. Rentabilidad proyectada para el transformador grande en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	45
Tabla 4.20. Presupuesto de construcción del galpón de cuyes en el Pago de Azángaro Grande – Huanta	46
Tabla 4.21. Estructura de financiamiento	46
Tabla 4.22. Flujo de caja económico y financiero del transformador grande	47
Tabla 4.23. Indicadores económicos y financieros del transformador grande	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 2.1. Cuy de raza Perú	17
Gráfico 2.2. Cuy de Raza Andina	18
Gráfico 2.3. Cuy de la línea Inti	18
Gráfico 2.4. Sistemas de producción de cuy	20
Gráfico 2.5. El negocio del cuy	20
Gráfico 4.1. Histograma de frecuencia de cuy Raza Perú por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta	35
Gráfico 4.2. Histograma de frecuencia de cuy Raza Inti por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta	37
Gráfico 4.3. Histograma de frecuencia de cuy Raza Andina por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta	38
Gráfico 4.4. Cuy eviscerado y órganos notables (hígado, corazón, pulmones y riñones)	39

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

	Pág.
Fotografía 4.1. Vista panorámica de la crianza de cuyes en pozas de concreto en el galpón de la Sra. Paulina Laurente Palomino, en el Pago de Azángaro Grande.	48
Fotografía 4.2. Vista del almacén de concentrado y materiales, En el galpón de cuyes de la Sra. Paulina Laurente Palomino, en el Pago de Azángaro Grande.	48
Fotografía 4.3. Cultivo de alfalfa asociado con plantas perennes y campo libre del Sr. Fortunato Ruiz Villanueva en el Pago de Azángaro Grande.	49
Fotografía 4.4. Vista panorámica del Cachi, ideal para practicar deportes de aventura (canotaje, otros), ubicado en los bajos del Pago de Azángaro Grande.	50
Fotografía 4.5. Vista panorámica, del lugar donde se está implementando la granja de cuyes, para realizar turismo rural, de propiedad del señor Isaac C. León Yance, ubicado en el Pago de Azángaro Grande.	50

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito determinar la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta. Se encuestó y entrevistó a 28 productores, con una edad media de 54 años, 13 años de experiencia en el manejo y comercialización de cuyes. Tienen dos galpones para la crianza de cuyes mejorados, en promedio cuentan con 768 cuyes de Raza Perú, 356 de Raza Inti y 125 de Raza Andina; comercializan un promedio de 100 cuyes cada fin de semana. El transformador grande (4800 unidades) tiene un ingreso de S/. 168000.00. El productor Familiar – comercial (1230 cuyes parrilleros) obtiene una rentabilidad del 18.52% y utilidad anual de S/. 3075.00. El productor – Comercial (4800 unidades) obtiene una rentabilidad del 49.57% y utilidad anual es de S/. 55680.00. El transformador pequeño (1200 unidades) obtiene una rentabilidad del 53.85%; y utilidad anual de S/. 12600.00. El transformador grande (4800 unidades) obtiene una rentabilidad del 49.57% y utilidad anual de S/. 55680.00. El transformador grande, obtiene: VANE = S/. 102988.01 y TIRE = 100.66%; VANF = S/. 110244.33 y TIRF = 200.21%. Los indicadores económicos y financieros corroboran que existe un efecto palanca positivo. El servicio de diversión e interacción hombre – naturaleza, por parte de los dueños de los restaurantes campestres son complementarios y atractivos para la afluencia de clientes.

Palabras clave: Rentabilidad, productor familiar y comercial, transformación.

ABSTRACT

The purpose of this research work was to determine the economic and financial profitability of the implementation of a guinea pig farm (*Cavia porcellus*) to carry out rural tourism in the Pago de Azangaro Grande - Huanta. Twenty-eight producers were surveyed and interviewed, with an average age of 54 years, 13 years of experience in the management and commercialization of guinea pigs. They have two sheds for the raising of improved guinea pigs, on average they have 768 Guinea pigs from Raza Peru, 356 from Raza Inti and 125 from Raza Andina; they sell an average of 100 guinea pigs every weekend. The large transformer (4800 units) has an income of S /. 168000.00. The family-commercial producer (1230 guinea pigs) obtains a profitability of 18.52% and annual profit of S /. 3075.00. The producer - Commercial (4800 units) obtains a profitability of 49.57% and annual profit is S /. 55680.00. The small transformer (1200 units) obtains a profitability of 53.85%; and annual profit of S /. 12600.00. The large transformer (4800 units) obtains a profitability of 49.57% and annual profit of S /. 55680.00. The large transformer obtains: VANE = S /. 102988.01 and TIRE = 100.66%; VANF = S /. 110244.33 and TIRF = 200.21%. The economic and financial indicators corroborate that there is a positive leverage effect. The fun and interaction service man - nature, by the owners of the country restaurants are complementary and attractive for the influx of customers.

Keywords: Profitability, family and commercial producer, transformation.

INTRODUCCIÓN

En el Perú existe un gran potencial para generar inversiones orientadas a crear una nueva y variada oferta turística, debido al abundante y variado patrimonio turístico cultural y gastronómico, así como a una mega diversidad que favorece el turismo de aventura y ecoturismo. Según palabras de la Directora del INC: “Se estima que el Perú tiene más de 100 mil restos arqueológicos y elementos monumentales por rescatar distribuidos a lo largo de su territorio” (Bákula, 2007). Por otro lado, desafortunadamente el Perú también posee numerosas zonas con comunidades pobres que, debido a la falta de medios de capacitación e información, no tienen la posibilidad de aprovechar eficientemente los recursos naturales y culturales que poseen.

En la Región Cusco, se han venido realizando emprendimientos de turismo rural comunitario que tienen por finalidad la creación de capacidades y desarrollo de oportunidades para beneficio de las comunidades que lo practican. Según estudios de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en la actualidad, se están presentando cambios graduales en el comportamiento y el deseo de nuevas experiencias que estén más cerca de la naturaleza y de la cultura de los países en donde se realiza la visita por parte de los turistas (OMT, 2003).

Estas tendencias han originado una oferta que a la fecha no ha sido objeto de un estudio sistemático en el Perú. En tal sentido, es importante elaborar políticas y estrategias que permitan que las comunidades puedan poner en valor los diferentes atractivos turísticos con los que cuentan y desarrollar programas eficientes de turismo rural comunitario en la Región Cusco (Sepúlveda et al, 2010).

El Turismo Rural se perfila como una alternativa económica de las comunidades rurales permitiendo revitalizar economías de pequeña escala, al actuar como actividad complementaria del ingreso familiar que, al mismo tiempo permite mantener las actividades tradicionales de la población rural y fortalecer la estructura del sistema productivo (Ferrario, 2008).

En el Pago de Azángaro Grande de la provincia de Huanta – Región Ayacucho, comprende 170,40 hectáreas, según el catastro del Ministerio de Agricultura. Además cuenta con una población de 42 propietarios de terrenos de cultivos perennes; donde predominan los paltos, tara, tuna y cultivos tales como: col, tomate, zapallo, pallar, maíz morado, entre otros. La crianza de cuyes se realiza de manera semi intensiva, a través de galpones de cuyes de razas mejoradas como Perú, Inti y Andino; con ello se apoyan en la economía familiar. Del mismo modo cuentan con el Rio Cachi, ideal para realizar deportes de aventura como el canotaje y realizar campamentos.

Hoy en día nos acostumbramos a la vida que llevamos y ya no le prestamos atención a lo que sentimos o le quitamos importancia, porque creemos que no podemos hacer nada para cambiar lo que está pasando. No nos damos cuenta de cómo influye en nuestra salud y en nuestra vida en general, hasta que nos enfermamos o los problemas nos rebasan.

El estrés ha sido un tema de interés y preocupación para diversos científicos de la conducta humana, por cuanto sus efectos inciden tanto en la salud física y mental, como en el rendimiento laboral y académico de la persona. Provoca preocupación y angustia y puede conducir a trastornos personales, desórdenes familiares e incluso sociales. Al respecto señalan Martínez y Díaz (2007): “el problema que subyace radica en los requerimientos de la Modernidad, concentrada en la obtención de resultados al margen de sus consecuencias sobre la calidad de vida, y por ende en la salud física y mental de las personas afectadas”.

Se podría pensar que el problema del estrés radica en que no soportamos continuar la guerra contra las presiones porque nuestras fuerzas se agotan. El verdadero problema es que la misma reacción de estrés nos hace daño. Nuestro cuerpo se desgasta con tantas presiones, desgaste que se manifiesta de distintas maneras según la persona y el lugar del cuerpo. El estrés produce las siguientes reacciones fisiológicas: Tensión muscular, frecuentes jaquecas, frecuentes palpitaciones, insomnio, frecuente dolor estomacal, hipertensión arterial, problemas sexuales, reacciones cognitivas, problemas de memoria, dificultad para tomar decisiones, dificultades de concentración, nerviosismo, reacciones emocionales, cambios de humor, mayor irritabilidad de lo habitual, tristeza, preocupación y ansiedad, cambios en el comportamiento, peores hábitos alimenticios (a veces, sólo café al desayuno), mayor ingesta de alcohol (para calmarse), más cigarrillos por día (en el caso de fumadores) y enfermedades de todo tipo.

El Turismo Rural se perfila como una alternativa económica de las comunidades rurales permitiendo revitalizar economías de pequeña escala, al actuar como actividad complementaria del ingreso familiar que, al mismo tiempo permite mantener las actividades

tradicionales de la población rural y fortalecer la estructura del sistema productivo. La demanda de mano de obra que genera la oferta de servicios en el campo, es generalmente mucho mayor que las actividades agropecuarias tradicionales, y esto se debe fundamentalmente a que el turismo en el país ha tenido un crecimiento notable en los últimos años lo cual ha llevado a una mayor diversificación de la oferta en servicios turísticos (Ferario, 2008).

El Turismo Rural suele ser observado como un producto turístico más, que podría alcanzar entre el 3% y el 5% del ingreso turístico total. Aportando a la diversificación del producto turístico del país (Barrera, 2002).

Una de las formas de combatir el estrés es participar con la familia y amigos en actividades de relajación, distracción y alimentación sana y nutritiva en contacto con la naturaleza, mediante el turismo de inmersión.

Se desconoce la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) con fines de realizar turismo rural, como un agronegocio que complementa los servicios de distracción y alimentación sana y nutritiva.

Se planteó la siguiente formulación del problema principal:

¿En qué medida la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural es rentable económica y financiera?

Se planteó la siguiente formulación de los problemas específicos:

¿Cómo se relaciona la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural con la rentabilidad económica?

¿Cómo se relaciona la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural con la rentabilidad financiera?

¿En qué medida los servicios de alimentación y diversión se relacionan con la rentabilidad del agronegocio de la granja de cuy (*Cavia porcellus*)?

Con la finalidad de dar respuestas a las diferentes interrogantes formuladas se plantearon los objetivos del trabajo de investigación.

Como objetivo general se planteó determinar la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Como objetivos específicos se plantearon:

Determinar la rentabilidad económica de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Determinar la rentabilidad financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta, y

Analizar la rentabilidad del agronegocio de la granja de cuy (*Cavia porcellus*) con los servicios de alimentación y diversión.

Se planteó la Hipótesis General: “La implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural permite obtener una aceptable rentabilidad económica y financiera”.

Se plantearon las siguientes Hipótesis Específicas:

La implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural permite obtener una aceptable rentabilidad económica.

La implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural permite obtener una aceptable rentabilidad financiera.

El agronegocio de la granja de cuy (*Cavia porcellus*) con los servicios de alimentación y diversión favorece su rentabilidad.

La Tesis tiene la siguiente estructura:

Aspectos preliminares (Portada, acta de sustentación, página de asesor, página de jurados, dedicatoria, agradecimiento, índice, índice de tablas, índice de gráficos, resumen y abstract).

Introducción.

Capítulo I. Problema: Planteamiento del problema.

Formulación del problema.

Objetivos.

Justificación del estudio.

Limitaciones del estudio.

Capítulo II. Marco teórico: antecedentes

Bases teóricas.

Hipótesis.

Definición de términos.

Variables.

Capítulo III. Metodología de la investigación.

Capítulo IV. Resultados: Presentación de resultados.

Discusión de resultados.

Conclusiones y recomendaciones.

Referencias bibliográficas).

Anexo

CAPÍTULO I

PROBLEMA: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día nos acostumbramos a la vida que llevamos y ya no le prestamos atención a lo que sentimos o le quitamos importancia, porque creemos que no podemos hacer nada para cambiar lo que está pasando. No nos damos cuenta de cómo influye en nuestra salud y en nuestra vida en general, hasta que nos enfermamos o los problemas nos rebasan.

Se podría pensar que el problema del estrés radica en que no soportamos continuar la guerra contra las presiones porque nuestras fuerzas se agotan. El verdadero problema es que la misma reacción de estrés nos hace daño. Nuestro cuerpo se desgasta con tantas presiones, desgaste que se manifiesta de distintas maneras según la persona y el lugar del cuerpo. El estrés produce las siguientes reacciones fisiológicas: Tensión muscular, frecuentes jaquecas, frecuentes palpitaciones, insomnio, frecuente dolor estomacal, hipertensión arterial, problemas sexuales, reacciones cognitivas, problemas de memoria, dificultad para tomar decisiones, dificultades de concentración, nerviosismo, reacciones emocionales, cambios de humor, mayor irritabilidad de lo habitual, tristeza, preocupación y ansiedad, cambios en el comportamiento, peores hábitos alimenticios (a veces, sólo café al desayuno), mayor ingesta de alcohol (para calmarse), más cigarrillos por día (en el caso de fumadores) y enfermedades de todo tipo.

Una de las formas de combatir el estrés es participar con la familia y amigos en actividades de relajación, distracción y alimentación sana y nutritiva en contacto con la naturaleza, mediante el turismo de inmersión.

Se desconoce la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) con fines de realizar turismo rural, como un agronegocio que complementa los servicios de distracción y alimentación sana y nutritiva.

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Problema General

- ¿En qué medida la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural es rentable económica y financiera?

Problemas específicos

- ¿Cómo se relaciona la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural con la rentabilidad económica?
- ¿Cómo se relaciona la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural con la rentabilidad financiera?
- ¿En qué medida los servicios de alimentación y diversión se relacionan con la rentabilidad del agronegocio de la granja de cuy (*Cavia porcellus*)?

1.2. OBJETIVOS

Objetivo general

- Determinar la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural.

Objetivos específicos

- Determinar la rentabilidad económica de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural.
- Determinar la rentabilidad financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural.
- Analizar la rentabilidad del agronegocio de la granja de cuy (*Cavia porcellus*) con los servicios de alimentación y diversión.

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

En el Perú existe un gran potencial para generar inversiones orientadas a crear una nueva y variada oferta turística, debido al abundante y variado patrimonio turístico cultural y gastronómico, así como a una mega diversidad que favorece el turismo de aventura y ecoturismo. Según palabras de la Directora del INC: “Se estima que el Perú tiene más de 100 mil restos arqueológicos y elementos monumentales por rescatar distribuidos a lo largo

de su territorio” (Bákula, 2007). Por otro lado, desafortunadamente el Perú también posee numerosas zonas con comunidades pobres que, debido a la falta de medios de capacitación e información, no tienen la posibilidad de aprovechar eficientemente los recursos naturales y culturales que poseen.

En la Región Cusco, se han venido realizando emprendimientos de turismo rural comunitario que tienen por finalidad la creación de capacidades y desarrollo de oportunidades para beneficio de las comunidades que lo practican. Según estudios de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en la actualidad, se están presentando cambios graduales en el comportamiento y el deseo de nuevas experiencias que estén más cerca de la naturaleza y de la cultura de los países en donde se realiza la visita por parte de los turistas (OMT, 2003).

Estas tendencias han originado una oferta que a la fecha no ha sido objeto de un estudio sistemático en el Perú. En tal sentido, es importante elaborar políticas y estrategias que permitan que las comunidades puedan poner en valor los diferentes atractivos turísticos con los que cuentan y desarrollar programas eficientes de turismo rural comunitario en la Región Cusco (Sepúlveda et al, 2010).

El Turismo Rural se perfila como una alternativa económica de las comunidades rurales permitiendo revitalizar economías de pequeña escala, al actuar como actividad complementaria del ingreso familiar que, al mismo tiempo permite mantener las actividades tradicionales de la población rural y fortalecer la estructura del sistema productivo (Ferrario, 2008).

En el Pago de Azángaro Grande de la provincia de Huanta – Región Ayacucho, comprende 170,40 hectáreas, según el catastro del Ministerio de Agricultura. Además cuenta con una población de 42 propietarios de terrenos de cultivos perennes; donde predominan los paltos, tara, tuna y cultivos tales como: col, tomate, zapallo, pallar, maíz morado, entre otros. La crianza de cuyes se realiza de manera semi intensiva, a través de galpones de cuyes de razas mejoradas como Perú, Inti y Andino; con ello se apoyan en la economía familiar. Del mismo modo cuentan con el Río Cachi, ideal para realizar deportes de aventura como el canotaje y realizar campamentos.

1.4. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

- Escasez de fuente bibliográfica relacionado con el estudio, que pueda ser considerado como referencia en el ámbito de influencia.
- Poca importancia de parte de los agricultores para mejorar la producción y la implementación del turismo rural debido a la inversión que ello conlleva.
- Al momento de aplicar la encuesta no hubo sinceramiento por parte de los agricultores al responder el cuestionario. Por ello se tuvo que realizar el cruce de información con otros agricultores referenciales.
- La cuantificación de la alimentación de los cuyes son valores estimados.
- La desconfianza de los productores en la aplicación de las encuestas les predispone a responder según su estado de ánimo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO: ANTECEDENTES

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL

Bonilla (2006), en la investigación “Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales”, indica que el turismo vivencial tiene intrínseco en su práctica un intercambio humano, directo en su hábitat natural, no es reconstruido o artificial, ya que el turista busca vivir un proceso de encuentro cultural desde sus raíces y el hábito diario, no una muestra gastronómica, una obra de teatro o un baile folclórico. La transformación paisajística de una comunidad como Tamarindo (Costa Rica), resulta un recurso completamente adverso a las expectativas de este tipo de turista. El turismo vivencial genera valores, que analizados desde la ética, son más profundos, tales como: la tolerancia, solidaridad, justicia, amistad, humildad, prudencia, perseverancia, generosidad, responsabilidad y respeto. Entre los aspectos positivos del turismo vivencial tenemos: Existe un reconocimiento económico del valor de la mujer, los medios de esparcimiento como necesidad social son rejuvenecidos, se ve favorecida una mejora de la calidad de vida, la convivencia motiva a formarse en algún oficio o profesión, se vigoriza el aprecio por la naturaleza, el impacto ambiental se altera a baja escala, ya que la visitación se mantiene controlada, la sensibilización hacía los valores espirituales se ve favorecida. En conclusión, las nuevas tendencias del comportamiento y los hábitos de los consumidores, favorecen los hábitos locales auténticos.

Cano et, al. (2013) en la investigación “Rentabilidad y competitividad en la PYME” indican que en Latinoamérica las decisiones financieras, es un tema limitado a pesar de su importancia y de la necesidad de adecuar las estrategias financieras a las características de una organización y a la toma de decisiones. El factor más

importante para establecer la salud integral de la empresa y su competitividad es su rentabilidad y de ahí la importancia de su análisis derivado de las dimensiones y proporciones del Balance y el Estado de Resultados obteniéndose la rentabilidad operativa a través del cálculo de las razones de rentabilidad económica y financiera que evalúan la capacidad de la empresa para generar utilidades, que comparada con sus costos asociados, ofrece la capacidad de creación de valor permitiendo establecer un diagnóstico y valoración de la empresa en el corto plazo y visualizar el éxito a futuro de ella.

Macas y Luna (2010), en la investigación “Análisis de rentabilidad económica y financiera y propuesta de mejoramiento en la empresa comercializadora y exportadora de bioacuáticos “Coexbi S. A. del Cantón Huaquillas en los periodos contables 2008 – 2009”, indican que para obtener un mayor control del rendimiento de las actividades, es necesaria la aplicación de un proceso de Análisis de Rentabilidad Económica y Financiera, a fin de tomar las decisiones más acertadas para el buen desenvolvimiento de la misma. Con el propósito de mejorar la gestión administrativa, económica y financiera se plantea la propuesta de mejoramiento enmarcadas a emprender nuevas estrategias de ventas aplicando las políticas crediticias para recuperar en forma oportuna los créditos concedidos a terceros. En consecuencia, la función esencial del análisis de rentabilidad económica y financiera, es convertir los datos en información útil que les permita a los administradores cumplir con los objetivos y lograr la misión planteada por la entidad. El presente trabajo de investigación, está basado en la aplicación teórica y práctica del análisis de rentabilidad, utilizando los diferentes métodos y técnicas para determinar las variaciones entre los dos periodos contables objeto de estudio.

A NIVEL NACIONAL

Según Sepúlveda et, al. (2010) en la Tesis “Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la región Cusco”, el turismo es una de las actividades económicas que ha tenido un crecimiento importante en los últimos años, convirtiendo a esta industria atractiva para su desarrollo en países con potencial turístico, como el Perú. El turismo rural comunitario es una alternativa dentro de la industria del turismo para el desarrollo de las comunidades rurales que mediante una organización adecuada, les permite aprovechar el entorno y específicamente los recursos turísticos con que cuentan. El Perú es un país rico en recursos turísticos, culturales y naturales, lo cual convierte al turismo rural comunitario en una

alternativa para la mejora en la calidad de vida de las comunidades rurales donde se practica. Después de un análisis de los factores externos e internos que afectan el turismo rural comunitario en la región Cusco y aplicando el proceso de planeamiento estratégico, se plantean la visión, misión, objetivos de largo y corto plazo, así como las estrategias y políticas necesarias para el crecimiento del subsector en la región Cusco. Las principales estrategias formuladas para ser implementadas durante la vigencia del plan estratégico están relacionadas con construcción de infraestructura, la creación de productos innovadores, la implementación de planes de marketing, la capacitación del recurso humano y mejorar la calidad y la atención del turista.

Chirinos et, al. (2008), en la investigación “Crianza y comercialización de cuy para el mercado limeño - Lima” concluyen que: es viable la implementación de una granja comercial de crianza y transformación de carne de cuy para el mercado de Lima Metropolitana. Así lo demuestra la evaluación económico-financiera, que da como resultado un VAN económico de S/. 80 805,00 nuevos soles y una TIRE del 32,79 %. En lo que concierne el accionista, el VAN financiero es de S/. 38 835,00 nuevos soles y la TIRE es del 34,92 % para una inversión inicial de S/. 161 398,00 nuevos soles. Los atributos que definen la preferencia de los consumidores de Lima Metropolitana por un producto diferenciado en base a la carne de cuy son: el corte del animal, el tipo (si es aderezado o no), la forma de crianza y el precio. El corte es el atributo de mayor valor para el consumidor frecuente. Como resultado de este estudio de mercado, se determina que el producto diferenciado en base a carne de cuy es el cuy trozado empacado al vacío. Su demanda efectiva es de 8234 unidades mensuales en Lima Metropolitana con una tendencia de crecimiento promedio anual del 3%. Para una participación del 40% de la demanda efectiva al quinto año, el proyecto requiere contar con un terreno de 10 400 m², sobre el que se proyectarán 6 galpones con una capacidad máxima de 2000 madres por galpón, con lo que llegará a producirse un total de 6000 cuyes mensuales. 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. Las oportunidades que se presentan en el sector para la granja comercial son: una creciente e insatisfecha demanda de carne de cuy, bajas barreras para el ingreso al mercado, ausencia de una marca representativa y bajo nivel de investigación e innovación en este producto cárnico. El consumo de carne de cuy es sensible al precio. Un posible aumento en los costos de alimentación por procesos

inflacionarios afectaría el nivel de consumo y, por consiguiente, el margen del negocio. La alimentación representa el 50% del costo del producto.

Acero (2017) en la investigación “La mujer rural en el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de Atuncolla – Puno 2016”, sostiene que la actividad turística y especialmente el desarrollo del turismo rural comunitario en las comunidades rurales tiene efectos directos en la autoestima de la mujer y específicamente de la mujer rural por la oportunidades complementarias de empleo que se generan y que son compatibles con las labores que las mujeres han desempeñado tradicionalmente como la preparación de alimentos, servicios de limpieza, elaboración de artesanías, pastar animales, seleccionar hiervas curativas aromáticas, etc., ello traería como consecuencia la revalorización y autonomía de la mujer rural para negociar sus posición en sus familias y en las estructuras locales de poder es así que se tienen experiencias de turismo rural comunitario exitosos en el mundo que han contribuido a incrementar sus ingresos económicos, como también a disminuir la pobreza y frenar el despoblamiento y la migración a las ciudades metrópoli. El turismo rural comunitario contribuye a la mejora del bienestar en la calidad de vida de las comunidades rurales. La región Puno es el segundo receptor de turistas que arriban al destino Perú, gracias a que cuenta con atractivos como el Lago Titicaca más alto y navegable del mundo, las Islas flotantes de los Uros, la Isla Taquile, la Isla Amantani y los atractivos turísticos culturales como las torres funerarias de Sillustani, la música, el folklore, la gastronomía, sus ritos, sus costumbres, sus tradiciones que han sido heredado de generación en generación, que son de interés a nivel mundial, lo cual es una fortaleza destacable en comparación a otros destinos turísticos.

Farré (2015) en la investigación “El impacto del turismo en Perú: análisis histórico de los impactos económico, social, medioambiental y cultural” concluye que: El Perú es indiscutiblemente, un país que reúne todas las condiciones necesarias para ser tener una industria turística importante, a pesar de la competencia de los países de la zona. Tiene recursos culturales y naturales en abundancia, además de un claro e identificativo icono turístico: Machu Picchu. Ha conseguido vencer los problemas políticos del siglo XX y ha resurgido como un nuevo país democrático en el que la economía está creciendo a un ritmo bastante aceptable. Los problemas derivados del terrorismo han desaparecido y la delincuencia, aunque es un factor que la propia población peruana destaca en las encuestas realizadas, no es tan acentuada

como hace años y desde luego, es mucho menor que en otros países latinoamericanos, al igual que la corrupción policial que, en el caso de Perú ni siquiera afecta demasiado a los turistas (al contrario que en otros países de la región). Todas estas características, junto con la preocupación de los diferentes gobiernos por gestionar ese inmenso patrimonio cultural y natural, han dado como resultado un aumento de las cifras de turistas y, por lo tanto, se hace necesaria una política de lucha contra los impactos provocados por la propia industria turística que se convertirá en una política de turismo sostenible. El problema es que el siglo XX fue especialmente convulso en Perú, políticamente hablando, y el turismo es una actividad que se desarrolla en mayor medida cuando existe una estabilidad, ya que los turistas quieren sentirse seguros y cómodos en el lugar que visitan. Podemos decir, por lo tanto, que la inestabilidad provocada por la alternancia de regímenes militares y democráticos perjudicó y retrasó el desarrollo de esta industria en el país; además de a sensación de inseguridad que durante la década de los ochenta y principios de los noventa provocaba la asociación del país con movimientos terroristas como Sendero Luminoso o Túpac Amaru.

La industria turística es una gran generadora de impactos ya que su ámbito de actuación abarca fenómenos económicos, sociales y medioambientales. De todas formas, antes de empezar a hablar ya concretamente de los diferentes impactos, sus consecuencias y las posibles soluciones de los negativos, creo que es importante hacer hincapié en dos aspectos; por un lado la cifra de turistas de Perú y por otro la importancia que se le otorga al turismo en sí. Estamos hablando de un país que recibe 3,2 millones de turistas, siendo superado por varios países latinoamericanos, pero que considera al turismo como imprescindible en su desarrollo económico, hecho por el cual varios de sus profesionales (entre ellos los entrevistados) reclaman la creación de un Ministerio de Turismo en sustitución del actual Viceministerio que se encuentra adscrito al Ministerio de Comercio Exterior. Esta insistencia siempre me resultó curiosa porque España, con sus 65 millones de turistas, no tiene tampoco un ministerio dedicado únicamente a esta industria.

A NIVEL REGIONAL

Beltrán (2011) en la investigación Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de Ayacucho, identifica la percepción de los potenciales turistas respecto a la Región Ayacucho y determina qué elementos potenciales podemos administrar eficientemente para impulsar el turismo y que éstos se

constituyan como herramientas de desarrollo económico, social y cambio a una imagen positiva para la región. Usó un diseño exploratorio cualitativo utilizando como instrumento la entrevista a profundidad no estructurada y la revisión documentaria, ya que los temas propuestos no han sido abordados a profundidad y estos métodos facilitan un mejor estudio del comportamiento de las variables propuestas, así mismo, identifican la percepción de los turistas nacionales y extranjeros acerca de la región. La investigación ha permitido demostrar que Ayacucho se encuentra en una posición de desventaja al no contar con una gestión óptima de sus recursos turísticos, hay mucho trabajo por hacer, tenemos al turismo como plataforma que contribuirá a reactivar la economía de la región y de la nación. En la actualidad Ayacucho tiene como actividades principales la agricultura, la minería, y la electricidad, sin embargo, a partir del desarrollo turístico se puede potenciar actividades económicas vinculantes de gran valor para la economía ayacuchana. La investigación demostró que la Región Ayacucho proyecta una imagen de inseguridad y desconfianza hacia los turistas nacionales y extranjeros debido a los sucesos acontecidos en la época del terrorismo. Lamentablemente aún es un estigma que pesa sobre la ciudad. Los destinos menos frecuentados en Ayacucho que cuentan con potencial turístico son Titancayoc (bosque de puyas más grande del mundo), Intiwatana (complejo arqueológico, antiguo descanso inca), Pikimachay (cueva donde se hallaron los fósiles humanos más antiguos del Perú), Vilcashuaman (ciudad histórica donde se halla el templo del sol y la luna y la pirámide de Ushnu), Pampa Galeras (reserva andina más importante de la región), la laguna de Parinacochas y el complejo arqueológico de Caniche.

La participación de la mujer en el desarrollo del turismo rural comunitario de Atuncolla es explicado por las nueve variables independientes en un 60%, siendo este resultado bueno, ya que existe una alta correlación y baja dispersión de datos. Al existir un nivel de significancia de 0.000 del cambio en la F calculada, se contrasta la hipótesis respecto de la significativa importancia de la mujer en el desarrollo del turismo rural comunitario del distrito de Atuncolla en la región de Puno. Con el desarrollo del turismo rural comunitario se espera a que las comunidades campesinas prosperen económicamente y vivan dignamente, mejorando la calidad de vida de su familia y de su comunidad, siendo una herramienta de lucha de erradicar la pobreza y así evitar el despoblamiento y migración a las ciudades, haciendo de ella una actividad socialmente solidaria, ambientalmente responsable, culturalmente

enriquecedora y económicamente viable, también se es consciente de que el desarrollo de esta actividad es una oportunidad, pero también a la vez una amenaza para la cohesión social de nuestros pueblos, su cultura y su hábitat natural, por ello se propicia la autogestión del turismo, de modo que nuestras comunidades asuman el protagonismo que les corresponde en su planificación, operación, supervisión y desarrollo. En el perfil sociodemográfico de las mujeres rurales que trabajan en el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de Atuncolla se concluye que son mujeres rurales de ocupación agricultor, de estado civil casadas, entre las edades de 31 a 46 años, con grado de instrucción secundaria, lo que nos permite confirmar que las economías de las 1265 comunidades campesinas que hay en la Región Puno (INEI-Censo Agropecuario – 2012) siguen siendo tan agropecuarias como hace más de 30 años, ya que gran parte de sus ingresos monetarios y no monetarios provienen de las actividades que realizan en el campo tanto en el cultivo de sus propias tierras y las tierras comunales como la crianza de sus unidades pecuarias, por lo tanto lograr la mejora en el bienestar de las comunidades campesinas es a través de la inclusión del desarrollo de un turismo rural comunitario, como actividad complementaria a sus actividades agropecuarias en equilibrio con sus idiosincrasias (la predominancia de lo comunal sobre lo individual, la sabiduría popular intergeneracional y la sostenibilidad ambiental). La participación de la mujer rural en el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de Atuncolla es notable por el protagonismo en las prestación de los servicios a los turistas nacionales y extranjeros, ya que demuestran su capacidad de liderazgo, autonomía económica, seguridad, visibilización superando los patrones existentes como la exclusión, la desigualdad y accesos diferenciados a los servicios sociales.

Las mujeres ocupan un lugar significativo en el sector turístico mundial. La capacidad que tiene el sector turístico para empoderar a las mujeres sociales, política y económicamente resulta particularmente relevante en las regiones en desarrollo donde las mujeres se enfrentan a grandes dificultades y desigualdades.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. EL CUY (*Cavia porcellus*)

Cavia porcellus es la denominación científica del cuy, roedor doméstico originario de los Andes, especialmente del Perú, Ecuador, Bolivia y el sur de Colombia. Si bien

la población actual de cuyes no está definida, las referencias indican que alcanza los 35 millones de animales en la región latinoamericana (INIA, 2003).

Se han identificado las características y propiedades que realzan el atractivo de la carne de cuy. En la actualidad, se encuentran distintos tipos de razas y distintos usos que permiten aprovechar mejor las particularidades de este animal menor. Según el Instituto Nacional de Investigación Agraria (INIA), el cuy es un mamífero pequeño que se caracteriza por sus orejas cortas y redondas y por no presentar cola. Son animales que bordean el kilo de peso y poseen distintos tipos de pelaje, los cuales varían de color, largo y textura de acuerdo con la especie (Chirinos et al, 2008).

La carne de cuy presenta ventajas en su composición en relación con otros animales. Estudios realizados por la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM) indican que posee un alto nivel de proteínas, minerales y bajos índices en grasas; Sarria (2005) resalta igualmente su gran valor nutritivo. La comparación de la carne de cuy con otros productos cárnicos se puede apreciar en la Tabla 2.1.

Tabla 2.1
Composición comparativa de productos cárnicos

Especie	% Proteína	% Grasa	Calorías por kilo
Cuy	20,3	7,8	960
Conejo	20,4	8	1590
Cabra	18,7	9,4	1650
Ave	18,2	10,2	1700
Vacuno	18,7	18,2	2440
Porcino	12,4	35,8	3760
Ovino	18,2	19,4	2530

Fuente: Sarria (2005).

2.2.2. TIPOS Y RAZAS DE CUY

No existe una clasificación universal de los tipos de cuy; sin embargo, de acuerdo con referencias del Minag, se clasifican por su forma, composición y pelaje.

Según su forma, el cuy puede ser: de cuerpo «redondeado» y de cuerpo «alargado» (Sarria, 2005)¹. Por su conformación, se diferencian dos tipos: el tipo A, que corresponde a los cuyes con mejor desarrollo muscular y conversión alimenticia, y el tipo B, de escaso desarrollo cárnico (Minag, 2007).

Según el tipo de pelaje existen cuatro tipos: el tipo 1 o «inglés», de pelo corto y de colores claro, oscuro y combinado; el tipo 2 o «abisinio », de pelo corto con rosetas y de distintos colores; el tipo 3 o «lanoso », de pelo largo y lacio que suele usarse como mascota debido a su aspecto; y finalmente el tipo 4 o «merino», de pelo corto y erizado (Minag, 2007).

Al cuy nativo se le conoce también como «cuy criollo», en alusión al animal tradicional, pequeño y rústico; de acuerdo con el INIA, a comienzos de la década de 1970, se iniciaron estudios de mejoramiento genético del cuy criollo y se obtuvieron los llamados «cuyes mejorados », de los cuales provienen las líneas Perú, Andina e Inti (INIA, 2005).

La raza Perú es la de mayor difusión. Según el INIA, esta raza se obtuvo de investigaciones en mejoramiento genético y nutricional con cuyes de la sierra norte del Perú (Cajamarca). La crianza de esta variedad tiene lugar entre los 250 y los 3500 msnm, y el animal se caracteriza por desarrollar gran masa muscular cuando su crecimiento aún es precoz, lo que posibilita aprovechar mejor su carne (Minag, 2007).



Gráfico 2.1
Cuy de Raza Perú

La raza Andina se distingue por su mayor índice de proliferación. Puede adaptarse a diferentes climas, desde la costa a la sierra, y se caracteriza por ser de color blanco y orejas grandes y caídas, a diferencia de la raza Perú (Minag, 2007).



Gráfico 2.2
Cuy de Raza Andina

La línea Inti destaca por su mayor índice de sobrevivencia; a nivel de producción cárnica alcanza los 800 gramos de peso a las 10 semanas y su proliferación es de 3,2 crías por parto (Minag, 2007).



Gráfico 2.3
Cuy de la línea Inti

A las razas y variedades tradicionales, los entendidos agregan una nueva línea llamada La Molina. Esta fue desarrollada en la UNALM y se caracteriza por superar los 1,2 kilos de peso; los cuyes de esta variedad normalmente se usan para la reproducción (Álvarez, 2007).

2.2.3. USOS Y PRINCIPALES DERIVADOS

En adición al consumo de su carne, que se distingue por ser rica en proteínas y baja en grasas, en las zonas andinas el cuy se emplea en rituales religiosos o mágicos. También se utilizan sus principales derivados: el estiércol como abono natural, la orina como combustible o fijador para productos cosméticos, la piel para trabajos en cuero como carteras, correas y billeteras, entre otros (Carcelén, 2007).

El estiércol se puede aprovechar por su contenido en minerales y porcentaje de humedad. La diferencia con otras especies aparece en la Tabla 2.2.

Tabla 2.2

Características de estiércol por tipo de animal

Especie	% Humedad	% Nitrógeno	% Fósforo	% Potasio
Cuy	30	1,90	0,80	0,90
Caballo	59	0,70	0,25	0,77
Vacuno	79	0,78	0,23	0,62
Ave	55	1,00	0,80	0,39
Cerdo	74	0,49	0,34	0,47

Fuente: Ordoñez (2003)

De acuerdo con el INIA (2003), el estiércol de cuy concentra mayor cantidad de nitrógeno, fósforo y potasio, componentes que son los que mayormente utilizan las plantas. Su bajo nivel de humedad lo hace más duradero. Las propiedades y los beneficios del cuy pueden ser desarrollados y aprovechados por los productores con el fin de mejorar el rendimiento de la crianza. El máximo aprovechamiento de cuy ya es materia de investigación en los centros de estudio agroindustrial nacionales y privados, así como en las principales universidades en el país.

2.2.4. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN

Se ha podido identificar tres diferentes niveles de producción, caracterizados por la función que ésta cumple dentro del contexto de la unidad productiva. La población de cuyes no define al sistema, los sistemas de crianza identificados son el familiar, el familiar comercial y el comercial. En el área rural el desarrollo de la crianza ha implicado el pase de los productores a través de los tres sistemas. El cuy en el sistema familiar da seguridad alimentaria a la familia y sostenibilidad al sistema de los pequeños productores. El sistema familiar comercial y comercial generan una empresa para el productor, este desarrollo produce fuentes de trabajo que permitiría evitar la migración de los pobladores del área rural a las ciudades. La crianza familiar es la más difundida en la región andina, se caracteriza por desarrollarse fundamentalmente sobre la base de insumos y mano de obra disponible en el hogar; así el cuidado de los animales es realizado por los hijos en edad escolar (10%) y por el ama de casa (63%), pocos son los casos donde el esposo participa (9%) en la

atención de los animales, otros miembros de la familia (18%) contribuyen cuando comparten la vivienda. Se maneja bajo un sistema tradicional, donde el cuidado de los cuyes es de responsabilidad de las mujeres y los niños (INIAP, 2011).



Gráfico 2.4

Sistemas de producción de cuy

2.2.5. EL NEGOCIO DEL CUY

En el Gráfico 2.5, se presenta el esquema del negocio del cuy en el mercado nacional.

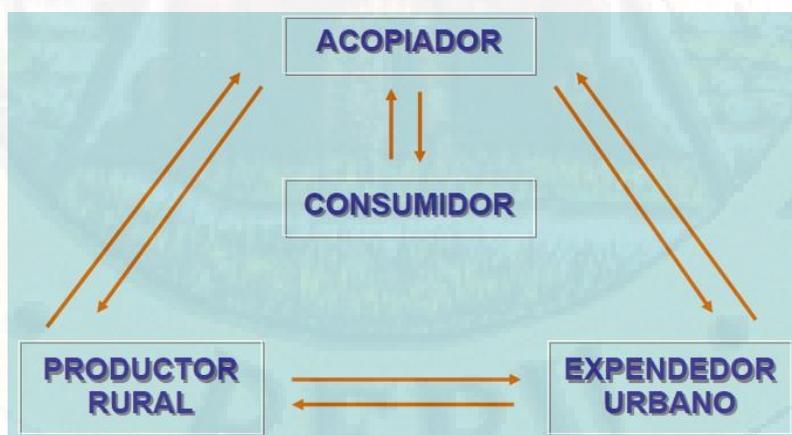


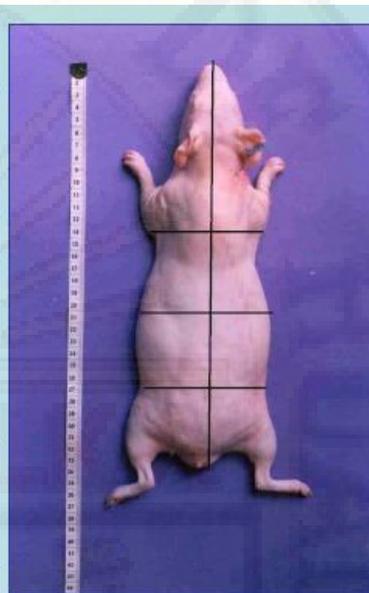
Gráfico 2.5

El negocio del cuy

Las medidas corporales de los diversos tipos de cuyes sacrificados se presentan en la Tabla 2.3.

Tabla 2.3
Medidas corporales de cuyes sacrificados

CATEGORIA	CRIOLLO (1)	MEDIO (2) MEJORADO	MEJORADO (3)
PARRILLERO (peso vivo en g)	730.6	870.8	1120
Long. Nariz - coxis	29.0	31.2	33.6
Long. Cuerpo	22.5	24.2	26.4
Contorno cuerpo *	21.4	22.3	24.9
Ancho de brazo	2.8	3.0	3.0
Ancho de pierna	2.9	3.0	4.3
DE SACA (peso vivo en g)	767.4	1221	1518
Long. Nariz - coxis	30.7	33.8	37.2
Long. Cuerpo	22.9	26.5	29.7
Contorno cuerpo *	21.3	25.0	30.5
Ancho de brazo	2.5	2.9	3.4
Ancho de pierna	2.7	3.2	4.8



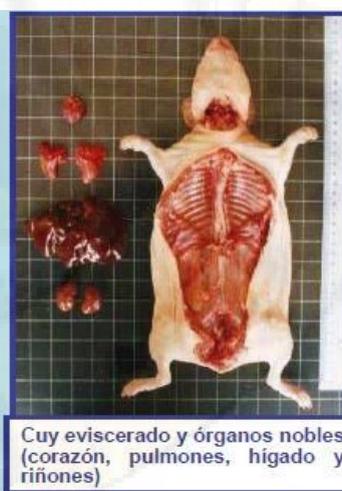
(1) Criollos del sur del Perú (2) Cuyes tipo 2 y 4 (3) Razas Perú, Andino e Inti
* Promedio de contorno de axila, barril e ingle

Fuente: Higaonna (2009).

El rendimiento de carcasa en cuyes se presenta en la Tabla 2.4. Se puede apreciar en dos categorías: parrillero y de saca.

Tabla 2.4
Rendimiento de carcasa en cuyes

CATEGORIA		CRIOLLO (1)	MEDIO (2) MEJORADO	MEJORADO (3)
PARRILLERO				
Peso de sacrificio	g	730.6	870.8	1120
Rendimiento s/v	%	62.4	62.6	67.5
Rendimiento c/v	%	69.5	67.9	70.8
Peso de carcasa c/v	g	507.7	591.7	794.0
DE SACA				
Peso de sacrificio	g	767.4	1221	1518
Rendimiento s/v	%	60.7	62.4	67.3
Rendimiento c/v	%	67.2	67.7	72.3
Peso de carcasa c/v	g	515.6	827.8	1099



Cuy eviscerado y órganos nobles (corazón, pulmones, hígado y riñones)

(1) Criollos del sur del Perú (2) Cuyes tipo 2 y 4 (3) Razas Perú, Andino e Inti
s/v = sin vísceras c/v = incluye hígado, corazón, pulmones y riñones

2.2.6. TIPOS DE VALORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

La Tabla 2.5, resume los tipos de valores económicos y los métodos comunes que se utilizan para proveer estimativos de esos valores. Estos métodos son complejos, y el balance de este informe discute estos valores económicos y financieros y sus técnicas de medición, los métodos generales usados para estimar valores económicos y financieros, y los méritos de aplicar y utilizar estos métodos en el Banco Mundial u otros análisis en México y América Latina (Cubbage, 2011).

2.2.7. CAUSAS DEL ESTRÉS

El estrés ha sido un tema de interés y preocupación para diversos científicos de la conducta humana, por cuanto sus efectos inciden tanto en la salud física y mental, como en el rendimiento laboral y académico de la persona. Provoca preocupación y angustia y puede conducir a trastornos personales, desórdenes familiares e incluso sociales (Naranjo, 2009).

Todas las personas necesitan aprender a prevenir y controlar el estrés. Quien no lo hace, puede poner en peligro su salud y su tranquilidad, mientras que quien conoce y pone en práctica acciones adecuadas para prevenirlo y afrontarlo puede disfrutar de un estilo de vida más sano y más satisfactorio.

Cualquier situación que la persona perciba como una demanda o una amenaza o que exija un rápido cambio es productora de estrés. No obstante, debe recordarse que no todas las situaciones ni todos los factores estresantes son negativos. Por ejemplo, obtener un buen resultado en una prueba académica o ser ascendido en el trabajo puede causar estrés de una forma positiva. Además, dependiendo de la forma en que se perciban los diversos factores estresantes, se producen distintos impactos en las personas.

En general, puede decirse que existen dos grandes fuentes fundamentales del estrés. En primer lugar, están los agentes estresantes que provienen de circunstancias externas como del ambiente, de la familia, del trabajo, del estudio, entre otras (Naranjo, 2009).

Tabla 2.5

Tipos de valores económicos y financieros y las formas de medirlos

Tipo de análisis	Valores económicos medidos y analizados	Técnicas de medición
		Precios y costos de mercados comerciales;
Análisis financiero	Retornos de mercado	Impuestos y subsidios como costos o ingresos para una organización o un individuo
Análisis Económico y Análisis Costo - Beneficio	Valor Económico Total	Precios de mercado
	Valor de Uso	Precios sombra
	Directo	Impuestos y subsidios no son relevantes
	Indirecto	Preferencias reveladas
	Valor Opcional	Costo de viaje
	Valor sin uso	Precio hedónico
	Existencias	Costos de sustitución, reposición y evasión
	Legado o donación	Preferencias declaradas
		Los valores son la disposición para pagar (WTP en inglés) o la disposición a aceptar (WTA en inglés)
		Método de valoración contingente (MVC)
		Opción declarada (Análisis conjunto)
		Transferencia de Beneficios

Fuente: Cabbage (2011).

2.2.8. TURISMO RURAL: ENFOQUES

Hasta el momento se han brindado algunos aspectos claves que conllevan al entendimiento parcial de lo que es y cómo funciona el turismo rural, pero sin llegar a una definición absoluta. Si bien son varias las coincidencias que muestran los diferentes autores que han escrito sobre Turismo Rural (TR), la ambigüedad del término se ha identificado por muchos otros, debido posiblemente a que este se presenta como una realidad diversa de “límites y definiciones algo imprecisos, que denotan a su vez la amplitud de los aspectos que intervienen en el” (García, 1996).

Otro caso que muestra la complejidad del tema es la existencia de gran cantidad de producción bibliográfica en torno al TR. En la Tabla 2.6., se muestran algunas tendencias que agrupan la diversidad de enfoques.

Tabla 2.6
Algunos enfoques que agrupan las definiciones sobre TR

ENFOQUE	ELEMENTOS
TR desde la explotación agraria	Actividad turística obligatoriamente vinculada a una explotación agraria, los únicos promotores pueden ser los agricultores en activo.
TR desde el enfoque de la ruralidad	Actividad turística basada en los recursos del medio rural, con integración en las estructuras económicas, sociales y culturales.
Turismo en espacio rural ó TR desde la óptica geográfica	Concibe el TR como una simple delimitación geográfica e incluye toda clase de actividad turística que se desarrolla en un entorno rural, sin tener en cuenta los aspectos de integración.
TR como actividad meramente económica	Se concibe a través de una óptica socioeconómica exclusivamente, se resalta la revitalización socioeconómica de las comunidades, la oferta y la demanda turística, la rentabilidad y los precios.
TR desde la óptica ambientalista	Concibe el TR desde la conservación y protección del medio rural resaltando elementos como el respeto a la cultura local, niveles bajos de impacto.

Fuente: Combariza (2012).

2.3. ANALISIS DE LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL

Aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa lo podemos realizar en dos niveles, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere:

2.3.1. RENTABILIDAD ECONÓMICA

Para Sánchez (2002), la *rentabilidad económica o del activo*, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa. La rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

2.3.2. RENTABILIDAD FINANCIERA

La *rentabilidad financiera*, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos. La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea superior al coste medio de la deuda, y como reductor en caso contrario. La rentabilidad financiera es, por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa (en el concepto de resultado y en el de inversión), viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación (Sánchez, 2002).

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

- La implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural permite obtener una aceptable rentabilidad económica y financiera.

2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- La implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural permite obtener una aceptable rentabilidad económica.
- La implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural permite obtener una aceptable rentabilidad financiera.
- El agronegocio de la granja de cuy (*Cavia porcellus*) con los servicios de alimentación y diversión favorece su rentabilidad.

2.5. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

A continuación se presenta la definición de términos relacionados con el proyecto.

Turismo

Suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”; los segundos como “los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos” (Combariza, 2012).

Medio rural

Espacio geográfico específico, el cual es a su vez un lugar caracterizado por una serie de atributos, actores y dinámicas, que le confieren una identidad propia, y un sitio estratégico para la sociedad, objeto de múltiples acciones gubernamentales y de investigaciones que buscan entender su complejidad y resolver los problemas que lo atañen.

Turismo rural

Es un tipo de turismo que tiene como propósito el mejoramiento del estado de desarrollo de una población rural; a través del uso de la cultura rural local, los paisajes propios del medio y las actividades cotidianas; para la consolidación de productos turísticos que satisfagan los deseos y necesidades de la demanda turística de conocer y vivir la experiencia rural; en periodos de ocio y descanso de menos de un año, en lugares diferentes a los sitios habituales de residencia.

Rentabilidad

Es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un

determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori (Sánchez, 2002).

Rentabilidad económica o del activo

En el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.

Rentabilidad financiera

En el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos.

2.6. VARIABLES

VARIABLES INDEPENDIENTES:

- Producción de cuy
- Turismo rural.

VARIABLES DEPENDIENTES:

- Rentabilidad económica
- Rentabilidad Financiera

DEFINICIÓN OPERATIVA DE VARIABLES E INDICADORES

En la Tabla 2.7, se presenta la definición operativa de variables e indicadores.

Tabla 2.7

Definición operativa de variables e indicadores

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	UNIDAD	TIPO DE VARIABLE
Independiente				
Producción de cuy	Factor producción	Número de galpones	Unidades	Numérica discreta
Turismo rural	Factor servicio	Número de servicios	Unidades	Numérica discreta
Dependiente				
Rentabilidad económica	Factor económico	Valor Actual Neto Económico (VANE)	S/.	Numérica continua
Rentabilidad financiera	Factor financiero	Valor Actual Neto Financiero (VANF)	S/.	Numérica continua

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ÁMBITO DE ESTUDIO

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en el Pago de Azángaro Grande de la provincia de Huanta – Región Ayacucho. Según el área de Catastro del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri), comprende 170,40 hectáreas. Además cuenta con una población de 42 propietarios de terrenos de cultivos perennes; donde predominan los paltos, tara, tuna y cultivos tales como: col, tomate, zapallo, pallar, maíz morado, entre otros. La crianza de cuyes se realiza de manera semi intensiva, a través de galpones de cuyes de razas mejoradas como Perú, Inti y Andino; con ello se apoyan en la economía familiar. Del mismo modo cuentan con el Rio Cachi, ideal para realizar deportes de aventura como el canotaje y realizar campamentos.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación aplicada. Se caracteriza por su interés en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos.

3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Descriptivo y correlacional.

3.4. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Observacional, cuantitativo y diagnóstico. Se caracteriza por la aplicación de la estadística en el análisis de datos. Se dice que es deductivo porque se parte de una premisa general para concluir sobre un caso particular. Se realizó el diagnóstico para caracterizar la actividad productiva y el potencial e importancia del turismo rural.

3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En la Tabla 3.1, se presenta el diseño para los tratamientos de la investigación.

Tabla 3.1
Diseño experimental de la investigación

Factor		Variable respuesta	Tratamiento
Producción de cuy (A)	Turismo Rural (B)	Y_{ij}	T_i
1 galpón	TR_1	Y_{11}	T_1
	TR_2	Y_{12}	T_2
2 galpones	TR_1	Y_{21}	T_3
	TR_2	Y_{22}	T_4
3 galpones	TR_1	Y_{31}	T_5
	TR_2	Y_{31}	T_6

Para el análisis estadístico se utilizará un diseño completo al azar con arreglo factorial de $3A \times 2B$, haciendo un total de 6 tratamientos incluyendo un testigo. El modelo aditivo lineal a utilizar será el siguiente:

$$Y_{ijk} = \mu + A_i + B_j + (AB)_{ij} + E_{ijk}$$

Dónde:

Y_{ijk} = Variable dependiente o respuesta individual

μ = Media General

A_i = Producción de cuy, con tres niveles (i: PC_1 , PC_2 y PC_3)

B_j = Turismo rural con dos niveles (j: TR_1 , TR_2)

$(AB)_{ij}$: = Efecto de la interacción de los factores A y B

E_{ijk} = Efecto del error experimental

3.6. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO

La población estuvo constituida por los cuyes que crían los propietarios de los terrenos de cultivo del Pago de Azángaro Grande de la provincia de Huanta.

La muestra estuvo constituida por los cuyes de la granja piloto de la zona y su área rural.

La toma de muestra fue aleatoria simple, de tal forma que sea representativa de la población.

El muestreo será no probabilístico Intencional o de conveniencia.

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas utilizadas en este proceso fueron:

- La observación
- Recolección de datos
- Encuesta
- Entrevista

Los instrumentos utilizados en este proceso fueron:

- Cuestionarios
- Hoja de análisis
- Hoja de datos
- Fichas de registros
- Cámara fotográfica para la captura de imágenes.

3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

La fase esencial de la investigación es la clasificación o agrupación de los datos referentes a cada variable objetivo de estudio y su presentación conjunta. Se siguió el procedimiento de cuatro (4) pasos para el análisis de datos:

1. Validación y edición.
2. Codificación.
3. Introducción de datos, y
4. Tabulación y análisis estadísticos.

Para la presentación de gráficos y tablas se utilizaron hojas de cálculo en Excel 2010.

3.9. DESCRIPCIÓN DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Una prueba de hipótesis examina dos hipótesis opuestas sobre una población: la hipótesis nula y la hipótesis alternativa. La hipótesis nula es el enunciado que se probará. Por lo general, la hipótesis nula es un enunciado de que "no hay efecto" o "no hay diferencia". La hipótesis alternativa es el enunciado que se desea poder concluir que es verdadero. Con base en los datos de la muestra, la prueba determina si se debe rechazar la hipótesis nula. Para tomar la decisión se utiliza un valor p. Si

el valor p es menor que o igual al nivel de significancia, que es un punto de corte que usted define, entonces puede rechazar la hipótesis nula.



CAPÍTULO IV

RESULTADO: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES DE CUY Y RESTAURANTE CAMPESTE DEL PAGO DE AZANGARO GRANDE - HUANTA

Con la finalidad de conocer las actividades productivas relacionadas con la producción y comercialización de cuyes y de los restaurantes campestres del Pago de Azángaro, se realizó una encuesta y producto de ello se obtuvo informaciones pertinentes para el presente trabajo de investigación.

En la Tabla 4.1, se presenta las características de los productores de cuy en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.1

Características de los productores de cuy en el Pago de Azángaro Grande – Huanta

Características	Edad	Experiencia	Galpones	Raza Perú	Raza Inti	Raza Andina	Cuyes venta	Costo unitario	Costo beneficio
N	Válido	28	28	28	28	28	28	28	28
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0
Media	54.75	12.82	2.00	767.86	356.43	125.00	104.71	8.48	9.75
Mediana	54.00	12.50	2.00	675.00	300.00	50.00	95.00	8.25	10.00
Moda	48,00 ^a	12.00	1.00	650,00 ^a	,00 ^a	0.00	60.00	8.00	9,00 ^a
Desviación estándar	12.52	4.12	1.12	364.12	256.84	163.02	60.38	0.50	1.04
Varianza	156.79	16.97	1.26	132580.42	65964.55	26574.07	3645.99	0.25	1.08
Curtosis	-0.50	0.06	0.43	0.85	-0.66	1.15	-0.02	-2.11	-0.55
Rango	49.00	18.00	4.00	1550.00	900.00	600.00	210.00	1.00	4.00
Mínimo	32.00	4.00	1.00	250.00	0.00	0.00	40.00	8.00	8.00
Máximo	81.00	22.00	5.00	1800.00	900.00	600.00	250.00	9.00	12.00

En la Tabla 4.2, se presenta los resultados del tiempo de experiencia en el negocio del cuy por parte de los productores del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.2

Tiempo de experiencia en el negocio del cuy por parte de los productores del Pago de Azángaro Grande – Huanta

Año	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
4	1	3.6	3.6	3.6
6	1	3.6	3.6	7.1
7	2	7.1	7.1	14.3
8	1	3.6	3.6	17.9
9	1	3.6	3.6	21.4
11	1	3.6	3.6	25.0
12	7	25.0	25.0	50.0
13	2	7.1	7.1	57.1
14	4	14.3	14.3	71.4
15	1	3.6	3.6	75.0
16	1	3.6	3.6	78.6
17	2	7.1	7.1	85.7
18	3	10.7	10.7	96.4
22	1	3.6	3.6	100.0
Total	28	100.0	100.0	

En la Tabla 4.3, se presenta la cantidad y frecuencia de cuy Raza Perú por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

En el Gráfico 4.1, se ilustra mediante el Histograma de frecuencia de cantidad de cuy Raza Perú por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.3

Cantidad y frecuencia de cuy Raza Perú por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
			Válido	Acumulado
250	1	3.6	3.6	3.6
320	1	3.6	3.6	7.1
350	1	3.6	3.6	10.7
380	1	3.6	3.6	14.3
450	2	7.1	7.1	21.4
500	1	3.6	3.6	25.0
520	1	3.6	3.6	28.6
550	2	7.1	7.1	35.7
580	1	3.6	3.6	39.3
650	3	10.7	10.7	50.0
700	1	3.6	3.6	53.6
750	2	7.1	7.1	60.7
850	2	7.1	7.1	67.9
900	2	7.1	7.1	75.0
950	1	3.6	3.6	78.6
1200	3	10.7	10.7	89.3
1300	2	7.1	7.1	96.4
1800	1	3.6	3.6	100.0
Total	28	100.0	100.0	

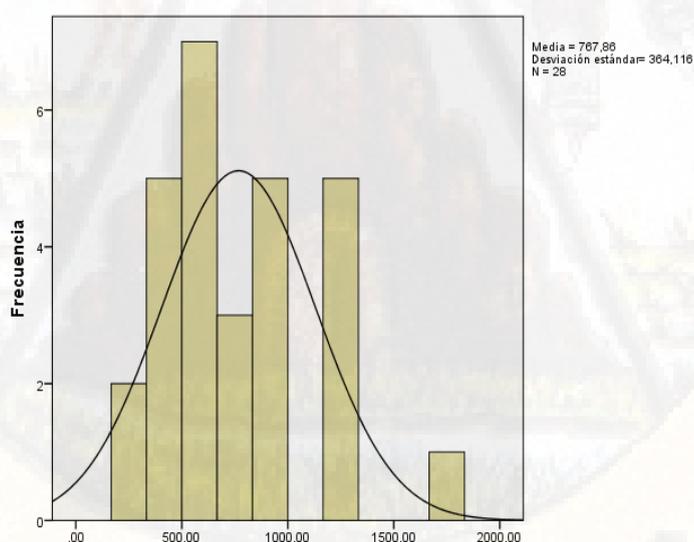


Gráfico 4.1

Histograma de frecuencia de cuy Raza Perú por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta

En la Tabla 4.4, se presenta la cantidad y frecuencia de cuy Raza Inti por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.4

Cantidad y frecuencia de cuy Raza Inti por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
			Válido	Acumulado
0	3	10.7	10.7	10.7
100	1	3.6	3.6	14.3
120	1	3.6	3.6	17.9
140	1	3.6	3.6	21.4
150	1	3.6	3.6	25.0
180	1	3.6	3.6	28.6
200	3	10.7	10.7	39.3
250	1	3.6	3.6	42.9
300	3	10.7	10.7	53.6
320	1	3.6	3.6	57.1
350	1	3.6	3.6	60.7
400	2	7.1	7.1	67.9
450	1	3.6	3.6	71.4
600	2	7.1	7.1	78.6
620	1	3.6	3.6	82.1
650	2	7.1	7.1	89.3
800	2	7.1	7.1	96.4
900	1	3.6	3.6	100.0
Total	28	100.0	100.0	

En el Gráfico 4.2, se ilustra el Histograma de frecuencia de la cantidad de cuy Raza Inti por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

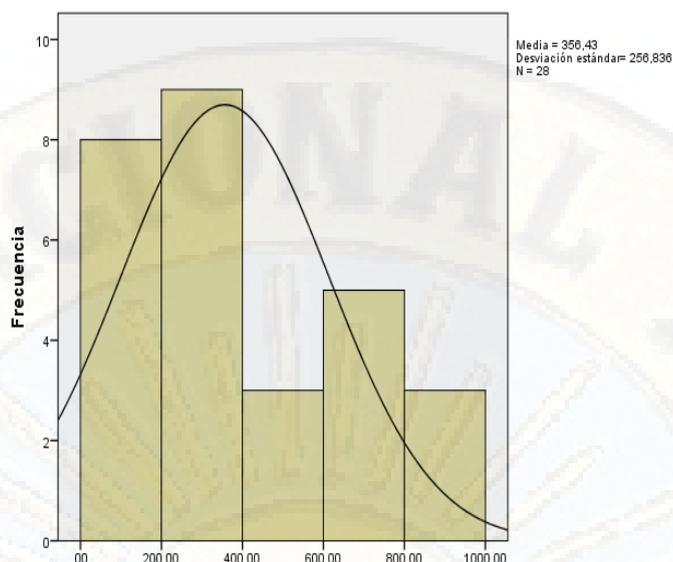


Gráfico 4.2

Histograma de frecuencia de cuy Raza Inti por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta

En la Tabla 4.5, se presenta la cantidad y frecuencia de cuy Raza Andina por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta

Tabla 4.5

Cantidad y frecuencia de cuy Raza Andina por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
			Válido	Acumulado
0	14	50.0	50.0	50.0
100	4	14.3	14.3	64.3
150	1	3.6	3.6	67.9
200	2	7.1	7.1	75.0
250	1	3.6	3.6	78.6
300	3	10.7	10.7	89.3
400	2	7.1	7.1	96.4
600	1	3.6	3.6	100.0
Total	28	100.0	100.0	

En el Gráfico 4.3, se ilustra mediante el Histograma de frecuencia la cantidad de cuy Raza Andina por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

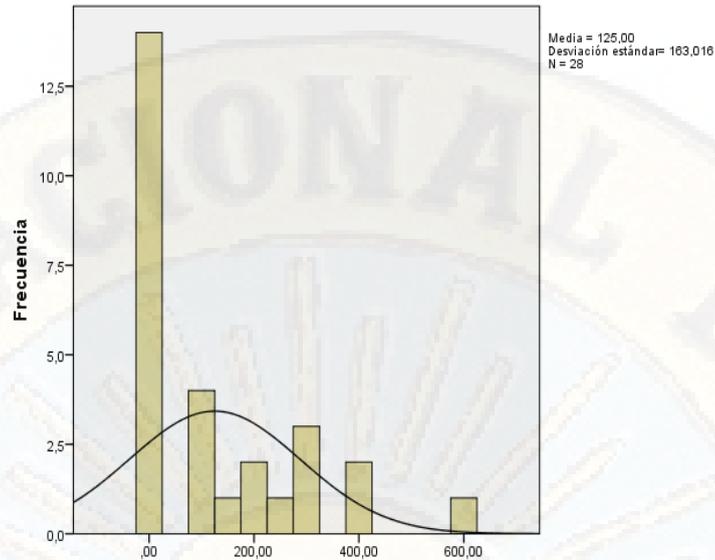


Gráfico 4.3

Histograma de frecuencia de cuy Raza Andina por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta

En la Tabla 4.6, se presenta la cantidad y frecuencia de cuy disponible para su comercialización cada fin de semana por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.6

Cantidad y frecuencia de cuy disponible cada fin de semana por parte de los criadores del Pago de Azángaro Grande – Huanta

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	
			Válido	Acumulado
40	3	10.7	10.7	10.7
42	1	3.6	3.6	14.3
50	3	10.7	10.7	25.0
60	4	14.3	14.3	39.3
80	2	7.1	7.1	46.4
90	1	3.6	3.6	50.0
100	3	10.7	10.7	60.7
110	2	7.1	7.1	67.9
120	1	3.6	3.6	71.4
150	1	3.6	3.6	75.0
160	3	10.7	10.7	85.7
170	1	3.6	3.6	89.3
220	2	7.1	7.1	96.4
250	1	3.6	3.6	100.0
Total	28	100.0	100.0	

4.2. RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA GRANJA DE CUY (*Cavia porcellus*) PARA REALIZAR TURISMO RURAL EN EL PAGO DE AZÁNGARO GRANDE – HUANTA

En Tabla 4.7, se muestra el rendimiento sin vísceras y con vísceras en el beneficio del cuy mejorado.

Tabla 4.7

Rendimiento sin vísceras y con vísceras en el beneficio del cuy mejorado

Categoría	Razas Perú, Andino e Inti
PARRILLERO	
Peso de sacrificio (g)	900
Rendimiento sin vísceras (%)	67.3
Rendimiento con vísceras (%)	70.5
Peso de carcasa con vísceras (g)	634.5
DE SACA	
Peso de sacrificio (g)	1410
Rendimiento sin vísceras (%)	67.1
Rendimiento con vísceras (%)	72.1
Peso de carcasa con vísceras (g)	1016.6

Fuente: Higaonna (2009), corroborado en el Pago de Azángaro – Huanta.

En el Gráfico 4.4, se presenta el cuy mejorado y órganos notables (hígado, corazón, pulmones y riñones).

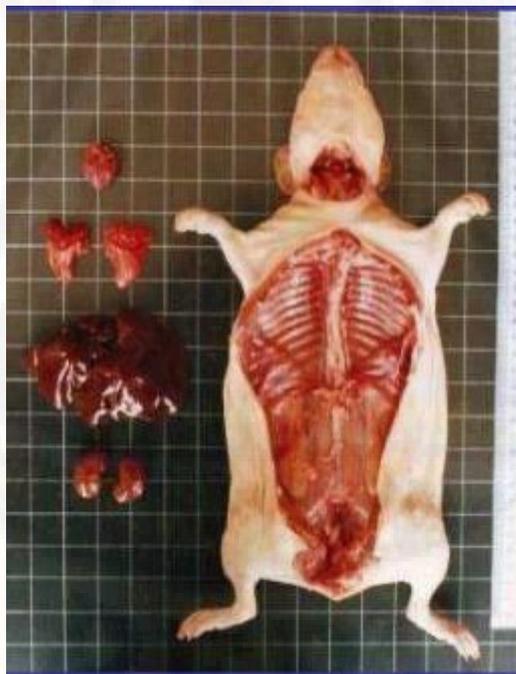


Gráfico 4.4

Cuy eviscerado y órganos notables (hígado, corazón, pulmones y riñones)

En la Tabla 4.8, se muestra el costo de alimento para el cuy comercial producido en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.8

Costo de alimento para el cuy comercial producido en el Pago de Azángaro Grande – Huanta

Edad	Cantidad de alimento	Costo (S/.)
De 0 a 5 días	25 g de forraje	0.37
De 15 a 30 días	125 g de forraje	1.20
De 30 a 45 días	190 g de forraje	1.28
De 45 a 60 días	250 g de forraje	1.85
De 60 a 90 días	300 g de forraje	2.30
Costo unitario (S/. /unidad)		7.00

Fuente: Datos obtenidos en la entrevista personal con los productores (10 al 17/03/2018).

En la Tabla 4.9, se muestra el costo unitario de producción de cuy mejorado en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.9

Costo unitario de producción para cuy mejorado en el Pago de Azángaro Grande – Huanta (Por cuy de 900 g)

Componentes	Costo unitario (S/.)
Alimento (incluye forraje)	7.0
Sanidad	0.5
Mano de obra	1.0
Otros	0.5
Total costo unitario	9.0

Fuente: Entrevista personal con los productores del 10 al 17/03/2018.

En la Tabla 4.10, se presenta los Ingresos por venta proyectados del cuy mejorado en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.10

Ingresos por venta proyectados del cuy mejorado en el Pago de Azángaro Grande – Huanta

Años	Precio de venta	Venta	Ingresos
	(S/. /unidad)	(unidades)	(S/.)
1	35.00	4800	168000.00
2	35.00	4800	168000.00
3	35.00	4800	168000.00
4	40.00	5280	211200.00
5	40.00	5280	211200.00

Fuente: Encuestas realizada del 10 al 17/03/2018.

En la Tabla 4.11, se presentan los ingresos por venta de refrescos proyectados en el Pago de Azángaro Grande – Huanta

Tabla 4.11

Ingresos por venta de refrescos proyectados en el Pago de Azángaro Grande – Huanta

Años	Venta de refrescos			Ingresos (S/.)
	Ayrampo	Morada	Maracuyá	
1	6000.00	12000.00	6000.00	24000.00
2	6000.00	12000.00	6000.00	24000.00
3	6000.00	12000.00	6000.00	24000.00
4	6600.00	13200.00	6600.00	26400.00
5	6600.00	13200.00	6600.00	26400.00

Fuente: Encuestas realizada del 10 al 17/03/2018.

4.3. RENTABILIDAD FINANCIERA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA GRANJA DE CUY (*Cavia porcellus*) PARA REALIZAR TURISMO RURAL EN EL PAGO DE AZÁNGARO GRANDE – HUANTA

En la Tabla 4.12, se muestra los costos y márgenes para el productor Familiar - comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.12

**Costos y márgenes para el productor Familiar - comercial del Pago de Azángaro Grande
– Huanta**

Descripción	Valor total
Venta de cuyes para carne (S/.)	19680.00
Costo total de alimentación (S/.)	12300.00
Costos administrativos (35% del costo de alimentación) (S/.)	4305.00
Costo total (S/.)	16605.00
Utilidad (S/.)	3075.00
Costo unitario (S/.)	13.50
Precio unitario (S/.)	16.00
Margen unitario (S/.)	2.50
Costos fijos (S/.)	4305.00
Costo variable (S/.)	12300.00
Costo variable unitario (S/. /unidad)	10.00
Costo fijo unitario (S/. /unidad)	3.50
Punto de equilibrio (Unidades)	718

Fuente: En base a las encuestas y entrevista realizada del 10 al 17/03/2018.

En la Tabla 4.13, se presenta la rentabilidad proyectada para el productor Familiar - comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.13

Rentabilidad proyectada para el productor Familiar - comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta

Descripción	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas (S/.)		19680.00	19680.00	19680.00	21648.00	21648.00
Costo fijo (S/.)		4305.00	4305.00	4305.00	4305.00	4305.00
Costo variable (S/.)		12300.00	12300.00	12300.00	13530.00	13530.00
Costo total (S/.)		16605.00	16605.00	16605.00	17835.00	17835.00
Utilidad (S/.)		3075.00	3075.00	3075.00	3813.00	3813.00
Rentabilidad (%)		18.52	18.52	18.52	21.38	21.38
Pto. Equilibrio (Unidades)		218	218	218	218	218

En la Tabla 4.14, se presenta los costos y márgenes para el productor Comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.14

Costos y márgenes para el productor Comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta

Descripción	Valor total
Venta de cuyes para carne (S/.)	86400.00
Costo total de alimentación (S/.)	43200.00
Costos administrativos (35% del costo de alimentación) (S/.)	15120.00
Costo total (S/.)	58320.00
Utilidad (S/.)	28080.00
Costo unitario (S/.)	12.15
Precio unitario (S/.)	18.00
Margen unitario (S/.)	5.85
Costos fijos (S/.)	15120.00
Costo variable (S/.)	43200.00
Costo variable unitario (S/. /unidad)	9.00
Costo fijo unitario (S/. /unidad)	3.15
Punto de equilibrio (Unidades)	1680

Fuente: En base a las encuestas y entrevista realizada del 10 al 17/03/2018.

En la Tabla 4.15, se presenta la rentabilidad proyectada para el productor Comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.15

Rentabilidad proyectada para el productor Comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta

Descripción	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas (S/.)		168000.00	168000.00	168000.00	184800.00	184800.00
Costo fijo (S/.)		39312.00	39312.00	39312.00	39312.00	39312.00
Costo variable (S/.)		73008.00	73008.00	73008.00	80308.80	80308.80
Costo total (S/.)		112320.00	112320.00	112320.00	119620.80	119620.80
Utilidad (S/.)		55680.00	55680.00	55680.00	65179.20	65179.20
Rentabilidad (%)		49.57	49.57	49.57	54.49	54.49
Pto. Equilibrio (Unidades)		1986	1986	1986	1986	1986

4.4. ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DEL AGRONEGOCIO DE LA GRANJA DE CUY (*Cavia porcellus*) CON LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN Y DIVERSIÓN.

En la Tabla 4.16, se presenta los costos y márgenes para el transformador pequeño en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.16
Costos y márgenes para el transformador pequeño en el Pago de Azángaro Grande – Huanta

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo total
			(S/.)
Costo de cuy beneficiado	Unidad	1	17.00
Costo del plato	Plato	1	2.50
Costo total			19.50
Precio de venta del plato	Unidad	1	30.00
Utilidad por cuy entero			10.50
Volumen comercializado por mes			100.00
Utilidad mensual			1050.00

Fuente: En base a las encuestas y entrevista realizada del 10 al 17/03/2018.

En la Tabla 4.17, se presenta la rentabilidad proyectada para el transformador pequeño en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.17
Rentabilidad proyectada para el transformador pequeño en el Pago de Azángaro Grande – Huanta

Descripción	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas (S/.)		36000.00	36000.00	36000.00	39600.00	39600.00
Costo fijo (S/.)		8190.00	8190.00	8190.00	9009.00	9009.00
Costo variable (S/.)		15210.00	15210.00	15210.00	16731.00	16731.00
Costo total (S/.)		23400.00	23400.00	23400.00	25740.00	25740.00
Utilidad (S/.)		12600.00	12600.00	12600.00	13860.00	13860.00
Rentabilidad (%)		53.85	53.85	53.85	53.85	53.85
Pto. Equilibrio (Unidades)		473	473	473	473	473

En la Tabla 4.18, se presenta los costos y márgenes para el transformador grande en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.18
Costos y márgenes para el transformador grande en el Pago de Azángaro Grande – Huanta

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo total
Costo de compra de cuy (S/.)	Unidad	1	18.00
Costo del plato (S/.)	Plato	1	5.00
Mantenimiento local (S/.)	Global	1	0.40
Costo total (S/.)			23.40
Precio de venta del plato (S/.)			35.00
Utilidad por cada plato de cuy (S/.)			11.60
Volumen comercializado por mes (unidades)			400.00
Utilidad mensual (S/.)			4640.00

Fuente: En base a las encuestas y entrevista realizada del 10 al 17/03/2018.

En la Tabla 4.19, se presenta la rentabilidad proyectada para el transformador grande en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.19
Rentabilidad proyectada para el transformador grande en el Pago de Azángaro Grande – Huanta

Descripción	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas (S/.)		168000.00	168000.00	168000.00	184800.00	184800.00
Costo fijo (S/.)		39312.00	39312.00	39312.00	43243.20	43243.20
Costo variable (S/.)		73008.00	73008.00	73008.00	80308.80	80308.80
Costo total (S/.)		112320.00	112320.00	112320.00	123552.00	123552.00
Utilidad (S/.)		55680.00	55680.00	55680.00	61248.00	61248.00
Rentabilidad (%)		49.57	49.57	49.57	49.57	49.57
Pto. Equilibrio (Unidades)		1857	1857	1857	1986	1986

En la Tabla 4.20, se presenta Presupuesto de construcción del galpón de cuyes en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Tabla 4.20

**Presupuesto de construcción del galpón de cuyes en el Pago de Azángaro Grande –
Huanta**

Lugar: Pago de Azángaro Grande	
Medidas: 8x30 m	
Área: 240 m ²	
Plazo: 2 meses	
ESPECIFICACIÓN DEL GASTO	PRESUPUESTO (S/.)
Mano de obra	10800.00
Materiales de construcción	21724.00
Implementación de puertas y ventanas al galpón de cuyes	2100.00
Habitáculo para los cuyes (1.20 m x 0.90 m)	7774.00
Medicamentos de sanidad para los cuyes	920.00
Compra de reproductores para el galpón de cuyes (200 hembras y 20 machos)	8000.00
Imprevistos (Gastos en general 5%)	2811.40
TOTAL	54129.40

En la Tabla 4.21, se presenta la estructura de financiamiento.

Tabla 4.21

Estructura de financiamiento

FUENTE	INVERSIÓN	PORCENTAJE
	(S/.)	(%)
Aporte propio	16238.82	30.00
Financiamiento	37890.58	70.00
TOTAL	54129.40	100.00

En la Tabla 2.22, se presenta el Flujo de caja financiero del transformador grande.

Tabla 4.22

Flujo de caja económico y financiero del transformador grande

Descripción	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas (S/.)		168000.00	168000.00	168000.00	184800.00	184800.00
Costo fijo (S/.)		39312.00	39312.00	39312.00	43243.20	43243.20
Costo variable (S/.)		73008.00	73008.00	73008.00	80308.80	80308.80
Costo total (S/.)		112320.00	112320.00	112320.00	123552.00	123552.00
Inversión	54129.40					
Utilidad (S/.)	-54129.40	55680.00	55680.00	55680.00	61248.00	61248.00
Préstamo	37890.58					
Amortización		16915.44	20975.14			
Interés		9093.74	5034.03			
Flujo de caja financiero	-16238.82	29670.82	29670.82	55680.00	61248.00	61248.00

En la Tabla 4.23, se presentan los indicadores económicos y financieros del transformador grande.

Tabla 4.23

Indicadores económicos y financieros del transformador grande

INDICADOR	VALOR
Económico	
Valor actual neto económico (VANE)	S/. 102,988.01
Tasa interna de retorno económico (TIRE)	100.66%
Financie ro	
Valor actual neto financiero (VANF)	S/. 110,244.33
Tasa interna de retorno financiero (TIRF)	200.21%

En la Fotografía 4.1, se presenta una vista panorámica de la crianza de cuyes en pozas de concreto, en el galpón de la Sra. Paulina Laurente Palomino, en el Pago de Azángaro Grande. En la Fotografía 4.2, se muestra el almacén de concentrado y materiales, en el galpón de cuyes de la Sra. Paulina Laurente Palomino, en el pago de Azángaro Grande.



Fotografía 4.1

Vista panorámica de la crianza de cuyes en pozas de concreto, en el galpón de la Sra. Paulina Laurente Palomino, en el Pago de Azángaro Grande.



Fotografía 4.2

Vista del almacén de concentrado y materiales, en el galpón de cuyes de la Sra. Paulina Laurente Palomino, en el Pago de Azángaro Grande.

En la Fotografía 4.3, se muestra el cultivo de alfalfa asociado con plantas perennes y campo libre del Sr. Fortunato Ruiz Villanueva en el Pago de Azángaro Grande.



Fotografía 4.3

Cultivo de alfalfa asociado con plantas perennes y campo libre del Sr. Fortunato Ruiz Villanueva en el Pago de Azángaro Grande.

En la Fotografía 4.4, se muestra una vista panorámica del Cachi, ideal para practicar deportes de aventura (canotaje, otros), ubicado en los bajos del Pago de Azángaro Grande.

En la Fotografía 4.5, se muestra una vista panorámica, del lugar donde se está implementando la granja de cuyes, para realizar turismo rural, de propiedad del señor Isaac C. León Yance, ubicado en el Pago de Azángaro Grande.



Fotografía 4.4

Vista panorámica del Cachi, ideal para practicar deportes de aventura (canotaje, otros), ubicado en los bajos del Pago de Azángaro Grande.



Fotografía 4.5

Vista panorámica, del lugar donde se está implementando la granja de cuyes, para realizar turismo rural, de propiedad del señor Isaac C. León Yancce, ubicado en el Pago de Azángaro Grande.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1. CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES DE CUYES Y RESTAURANTE CAMPESTE DEL PAGO DE AZANGARO GRANDE - HUANTA

En el Pago de Azángaro Grande – Huanta, los productores tienen actividades afines relacionadas con la crianza de cuyes, que es la principal actividad, debido a su alta demanda, sobre todo los fines de semana.

Se encuestó a 28 productores cuyas edades tienen una media de 54 años, lo cual nos indica que las personas mayores son los que dirigen el negocio. Tienen experiencia de 13 años en el manejo y comercialización de cuyes. La mayoría tiene dos galpones para la crianza de cuyes. Se dedican a la crianza de cuyes mejorados (raza Perú, Inti y Andina), en promedio crían 768 cuyes de Raza Perú, 356 de Raza Inti y 125 de Raza Andina. Disponen de un promedio de 100 cuyes listos para su comercialización cada fin de semana. (Ver Tabla 4.1).

Según la Tabla 4.2, el 25% de los entrevistados tienen una experiencia de 7 años y el 14.3% tienen una experiencia de 4 años en el manejo y comercialización de cuyes.

Con una frecuencia del 10.7%, los encuestados manifiestan que crían 1200 cuyes de raza Perú, el 10.7% manifiestan que crían 200 cuyes raza inti y el 14.3% manifiestan que crían 100 cuyes raza Andina. (Ver Tabla 4.3, 4.4 y 4.5 respectivamente).

Según la información mostrada en la Tabla 4.6, el 14.3% de los criadores del Pago de Azángaro Grande disponen de 60 cuyes comerciales cada semana, el 10.7% disponen de 100 cuyes comerciales cada semana y el 7.1% disponen de 110 y 220 cuyes comerciales cada semana.

5.2. RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA GRANJA DE CUY (*Cavia porcellus*) PARA REALIZAR TURISMO RURAL EN EL PAGO DE AZÁNGARO GRANDE – HUANTA

El rendimiento sin vísceras y con vísceras en el beneficio del cuy mejorado, son similares a los reportado por Higaonna (2009). Los cuyes parrilleros de 900 g tienen un rendimiento sin vísceras de 67.3% y con vísceras 70.5% (Ver Tabla 4.7).

De la Tabla 4.8, el costo de alimento para el cuy comercial producido en el Pago de Azángaro Grande – Huanta es de S/. 7.00/unidad. Los costos son considerados desde 0 días hasta aproximadamente 90 días de alimentación, durante la vida comercial del cuy parrillero. Los productores del Pago de Azángaro Grande – Huanta, combinan la alimentación con alimento balanceado, sobre todo en época de escasez de forrajes.

Según la Tabla 4.9, el costo unitario de producción de cuy mejorado en el Pago de Azángaro Grande – Huanta es de S/. 9.0 por cuy parrillero de 900 g.

Los Restaurantes Campestres da el servicio de alimentación y recreación a sus clientes, actividad que le generan ingresos productos de las ventas de sus platos típicos y refrescos a base de frutas naturales de la región.

Los ingresos por venta proyectados del cuy mejorado en el Pago de Azángaro Grande – Huanta, producto de la venta anual de 4800 y 5280 cuyes enteros durante el horizonte del negocio, que en este caso se ha considerado 5 años. Para una venta de 4800 unidades a un precio de S/. 35.00 se obtiene un ingreso de S/. 168000.00 y para una venta de 5280 unidades a S/. 40.00 se obtiene un ingreso de S/. 211200.00 (Ver Tabla 4.10).

Los ingresos por venta de refrescos proyectados en el Pago de Azángaro Grande – Huanta, se deben a la venta de tres tipos de refrescos: a base de ayrampo, maíz morado y maracuyá

Según los datos proyectados, durante los tres primeros años se obtiene un ingreso global de S/. 24000.00 cada año. En los dos últimos años se obtiene un ingreso anual de S/. 26400.00 (Ver Tabla 4.11).

Las inversiones del proceso productivo, son todos los desembolsos destinados a la adquisición de determinados factores o medios productivos, los cuales, permiten implementar una unidad productiva que en periodos sucesivos a su puesta en marcha, será una fuente generadora de flujos económicos a favor (Ortega, 2005).

Las inversiones necesarias para poner en marcha las granjas de cuyes, están agrupadas en las siguientes tres categorías: inversión fija tangible, inversión fija intangible y capital de trabajo.

La rentabilidad económica se determinó previo análisis de las características de los productores encuestados (28) en la zona de influencia del presente trabajo de investigación. Se evaluaron los siguientes aspectos:

- Experiencia en la actividad productiva y el negocio.
- Buen manejo de sus granjas.
- Crianza de razas mejoradas.
- Excelente ubicación con disponibilidad de áreas de cultivo, riego y negocio complementario con un restaurante campestre.
- Conocimiento de la competencia y clientes.
- Canal de comercialización definido.
- Proyección y perspectiva en la mejora de servicios para atraer a más clientes.
- Predisposición a invertir para mejorar y ampliar los servicios de alimentación y diversión.

El flujo de caja económico es la cuantificación de todo lo planificado en el negocio, nos muestra cuanto de ingresos podemos esperar y cuanto de dinero en efectivo necesitamos para cubrir los egresos que permitan llevarlo a cabo. En esta parte solo se evalúa las variables del negocio en sí, y que no se considera el financiamiento requerido para ponerlo en marcha (Portuguez, 2010).

5.3. RENTABILIDAD FINANCIERA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA GRANJA DE CUY (*Cavia porcellus*) PARA REALIZAR TURISMO RURAL EN EL PAGO DE AZÁNGARO GRANDE – HUANTA.

La rentabilidad financiera se determinó considerando un financiamiento del negocio. En este caso se consideró el capital de trabajo necesario e inversión para poner en funcionamiento el negocio de producción y comercialización. El flujo de caja financiero se caracteriza por reflejar las entradas y salidas efectivas de dinero, considerado o incluyendo la financiación del negocio, se considera la cancelación de cuotas por amortización de capital y el pago de interés del préstamo obtenido. Por tanto. El producto de su operación es el resultado de considerar la financiación, con el objetivo de verificar si el negocio puede o no cubrir sus obligaciones financieras (Price, 2004).

El Productor Familiar-comercial

Representan aproximadamente el 13 a 15% del total de los productores de cuyes de la región Ayacucho.

Son productores medianos que manejan entre 31 a 300 cuyes madres. La población total está conformada aproximadamente por 500 a 800 cuyes.

El nivel tecnológico utilizado en este sistema de manejo es media. La crianza de cuyes se caracteriza por que la familia no sólo cría para el autoconsumo sino además para la venta. Los reproductores se manejan ya en pozas, utilizando bebederos, comederos y gazaperas. La alimentación es básicamente con alfalfa, en algunos casos concentrado (mayormente el “afrecho”) principalmente en el proceso de engorde de los cuyes “parrilleros”.

Los productores de esta tipología poseen menos de 2.0 ha de alfalfa. En los meses de estiaje (mayo a agosto), algunos productores tienen problemas de oferta forrajera por la escasez de agua de riego y por el frío que retarda el normal crecimiento y desarrollo de la alfalfa.

Este tipo de crianza destina una parte de la producción para el autoconsumo y la otra para la venta al mercado local.

La mano de obra es familiar y algunas veces contratan personal.

Predominan en este tipo los cuyes precoces, de razas y líneas selectas, tales como Perú, Andina e Inti, así como los cruces de éstos.

Comercializan los cuyes con pesos entre 800 a 900 g a S/ 14.00-16.00 la unidad, con una edad promedio de 12 semanas.

Por el limitado acceso a créditos, no logran tecnificar el sistema de riego, la ampliación de la infraestructura de crianza y el piso forrajero.

El costo de producción unitaria es S/. 10.80 por cuy “parrillero”, siendo su margen de S/. 5.20/unidad, ya que comercializa entre S/ 15.0 - 16.0/unidad.

El punto de equilibrio para este tipo de productores es de 218 cuyes parrilleros.

El principal gasto, lo representa el rubro de la alimentación de los cuyes, con S/ 12300.00, seguido por los costos administrativos o costos fijos, los mismos que son menores respecto al de los alimentos.

La utilidad anual para este tipo de productor es de S/ 3075.00 Nuevos Soles, producto de la comercialización de 1230 cuyes “parrilleros”. (Ver Tabla 4.12).

La lógica de los productores Familiares-comerciales es el de maximizar sus beneficios, ya que es un paso al comercial. Son productores con tendencia a especializarse, pues poseen un mejor nivel educativo, son más jóvenes. De alguna manera ya manejan registros y evalúan sus costos de producción. En general, tienen una mentalidad empresarial.

Según la Tabla 4.13, la rentabilidad proyectada para el productor Familiar - comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta, es de 18.52%. El tamaño del negocio considerado es de 1230 cuyes parrilleros, obteniéndose una utilidad anual de S/. 3075.00. El punto de equilibrio es de 218 unidades comercializadas.

Productor Comercial

Representan alrededor del 2 al 3% del total de los productores de cuyes de la región. Son productores grandes que conducen más de 300 cuyes madres. La población total está conformada aproximadamente por 900 a 1000 cuyes.

El nivel tecnológico utilizado es de media - alta. La crianza se caracteriza por que la conducen mediante el uso de una infraestructura de crianza bien diseñada, con el propósito de que los cuyes tengan las condiciones óptimas para su crecimiento y desarrollo. Se manejan en pozas o bien jaulas, utilizando bebederos, comederos y gazaperas. La alimentación con alfalfa se complementa con el uso de concentrados, sobre todo en animales de recría y engorde.

Poseen más de 3 ha de alfalfa, bajo riego. Muy pocos poseen un sistema de riego tecnificado (aspersión), la mayoría realizan el riego por gravedad.

La producción es generalmente para la comercialización, al mercado local, los recreos y restaurantes de la localidad.

La mano de obra es contratada e incluso cuentan con los servicios de profesionales que los asesoran en aspectos de sanidad, manejo y alimentación de los cuyes.

Cuentan con animales de razas y líneas selectas, precoces, prolíficas y con alta conversión alimenticia.

Los cuyes “parrilleros” son comercializados entre S/ 16.00 y 18.00 con pesos de 900 a 1000 g/animal, con edades de 10 a 11 semanas.

Han realizado inversiones con capital propio y en algunos casos con financiamiento de terceros.

El costo unitario por cuy para esta tipología es S/ 12.15 Nuevos Soles, lo que representa una utilidad de S/ 28629.90 Nuevos Soles como producto de la venta anual de 4800

cuyes “parrilleros”. El punto de equilibrio encontrado para esta capacidad es de 1680 cuyes (Ver Tabla 4.14).

Según la Tabla 4.15, la rentabilidad proyectada para el productor - Comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta, es de 49.57% los tres primeros años y de 54.49% los dos últimos años. El tamaño del negocio considerado es de 4800 cuyes parrilleros, obteniéndose una utilidad anual de S/. 55680.00 los tres primeros años y de S/. 65179.20 los dos últimos años. El punto de equilibrio es de 1986 unidades comercializadas.

5.4. ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DEL AGRONEGOCIO DE LA GRANJA DE CUY (*Cavia porcellus*) CON LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN Y DIVERSIÓN.

El análisis de la rentabilidad financiera se determinará considerando al financiamiento del agronegocio, la implementación de servicio de alimentación y diversión. En este caso se considerará el capital de trabajo necesario e inversión para poner en funcionamiento el negocio de producción, comercialización, servicio de alimentación y recreación.

Transformador pequeño

Generalmente son restaurantes de comidas típicas, ubicados en la ciudad, en las ferias de los días sábados y domingos de las localidades de Huanta, Luricocha e Iguain.

Son Transformadores pequeños que en promedio requieren entre 20 a 30 cuyes por semana.

Normalmente, comercializan los platos a los consumidores como “Cuy Chactado”, vendiendo la porción (1/2 de cuy) a S/ 18.00.

La preparación del plato es de forma tradicional, algunas veces con leña a fogón y otras con cocinas a gas.

Los cuyes lo compran directamente a los productores a S/ 15.00 y 16.00/unidad, los mismos que son divididos en porciones para su venta al público.

Trabajan con capital propio.

Ellos mismos atienden a sus clientes, no cuentan con personal.

La venta de los platos lo efectúa mediante carpas en lugares estratégicos del casco urbano.

La utilidad mensual que perciben es de aproximadamente S/. 1050.00 Nuevos Soles (Ver Tabla 4.16).

Según la Tabla 4.17, la rentabilidad proyectada para el transformador pequeño del Pago de Azángaro Grande – Huanta, es de 53.85% durante los 5 años del horizonte del negocio. El tamaño del negocio considerado es de 1200 cuyes parrilleros, obteniéndose una utilidad anual de S/. 12600.00 los tres primeros años y de S/. 13860.00 los dos últimos años. El punto de equilibrio es de 473 unidades comercializadas.

Transformador grande

Son restaurantes y recreos grandes y están ubicados en zonas especializadas en preparado de platos a base de cuy.

Comercializan mayores volúmenes que van entre 31 a 100 cuyes/día, pudiendo variar entre días y meses, aumentando la demanda en las épocas festivas; Semana Santa, Todos los Santos, Día de la madre, del padre, fiestas patrias, otros.

Comercializan los platos a los consumidores como “Cuy chactado”, vendiendo el cuy entero a S/ 35.00 y 40.00. Además ofrecen otros platos como: Chicharrones, Puca picante, Mondongo, Trucha a la parrilla, pero en comparación a los platos a base de cuyes, es en menor cantidad.

Para la preparación de los platos requieren de cocineros especializados, con una cocina debidamente acondicionada, contando además con personal de servicio para atención a los clientes.

Los acopiadores y productores entregan los cuyes en el mismo recreo generalmente los días lunes y martes de cada semana. Para ello, los recreos disponen de corrales acondicionados para mantener a los cuyes durante la semana según la venta.

Por cuyes de 800 a 900 gramos pagan entre S/ 16.00 a 18.00 la unidad.

Los recreos adquieren los cuyes preferentemente vivos, tiernos, sanos y de color claro, siendo ya exigentes en cuanto a calidad. No compran animales “viejos” o de saca.

Poseen ambientes acondicionados para el beneficio y faenado, además de personal especializado para esta labor.

La utilidad por plato preparado a base de cuy es S/. 11.60 por unidad. La utilidad mensual es de S/. 4640.00 (Ver Tabla 4.18).

Según la Tabla 4.19, la rentabilidad proyectada para el transformador grande del Pago de Azángaro Grande – Huanta, es de 49.57% durante los 5 años del horizonte del negocio. El tamaño del negocio considerado es de 4800 cuyes parrilleros, obteniéndose

una utilidad anual de S/. 55680.00 los tres primeros años y de S/. 61248.00 los dos últimos años. El punto de equilibrio es de 1857 unidades los tres primeros años y 1986 unidades los dos últimos años.

El presupuesto de construcción del galpón de cuyes en el Pago de Azángaro Grande – Huanta, asciende a la suma total de S/. 54129.40, para ser construido en el Pago de Azángaro Grande, tiene por medidas 8 m x 30 m y un área total de 240 m² y el plazo de construcción es de 2 meses (Ver Tabla 4.20).

La estructura de financiamiento corresponde al 30% como aporte propio y 70% financiado. El préstamo requerido es de S/. 37890.58 (Ver Tabla 4.21).

Según la Tabla 4.22, el Flujo de caja financiero del transformador grande consideró la inversión y el financiamiento.

Según los resultados reportados en la Tabla 4.23, los indicadores económicos y financieros del transformador grande, demuestran la viabilidad de la actividad productiva. El financiamiento y los pagos de intereses y amortización, producen un efecto palanca positivo, es decir, que conviene endeudarse porque mejora las condiciones de rentabilidad. Chirinos et, al. (2008), en la evaluación económico-financiera, obtuvo como resultado un VANE de S/. 80 805,00 nuevos soles y una TIRE del 32,79 %. En lo que concierne el accionista, el VANF es de S/. 38 835,00 nuevos soles y la TIRF es del 34,92 % para una inversión inicial de S/. 161 398,00 nuevos soles. Encontró también un efecto palanca positivo.

Diversión

El contacto con la naturaleza, plantas y animales es muy importante para relajarse y minimizar el estrés. Las visitas familiares y sobre todo de los niños a estos ambientes naturales tienen un beneficio adicional a lo proporcionado por los servicios de alimentación y recreación. Sepúlveda et, al. (2010) y Farré (2015), afirman que el turismo es una de las actividades económicas que ha tenido un crecimiento importante en los últimos años, convirtiendo a esta industria atractiva para su desarrollo en países con potencial turístico, como el Perú. El turismo rural comunitario es una alternativa dentro de la industria del turismo para el desarrollo de las comunidades rurales que mediante una organización adecuada, les permite aprovechar el entorno y específicamente los recursos turísticos con que cuentan. Acero (2017), indica que el turismo rural comunitario contribuye a la mejora del bienestar en la calidad de vida de las comunidades rurales.

Los galpones de crianza de cuyes mejorados podrían ser utilizados para propiciar una interacción con los animales, mediante la observación en forma ordenada y planificada. La infraestructura para la crianza de cuyes en pozas de concreto, del galpón de la Sra. Paulina Laurente Palomino, en el Pago de Azángaro Grande, puede ser utilizada en ese sentido (Ver Fotografías 4.1 y 4.2).

En la Fotografía 4.3, se muestra el cultivo de alfalfa asociado con plantas perennes y campo libre del Sr. Fortunato Ruiz Villanueva en el Pago de Azángaro Grande.

El cultivo de alfalfa asociado con plantas perennes y campo libre del Sr. Fortunato Ruiz Villanueva en el Pago de Azángaro Grande, es un excelente ejemplo para generar distracción y entretenimiento (Ver Fotografía 4.3).

El río Cachi, es ideal para practicar deportes de aventura (canotaje, otros), ubicado en los bajos del Pago de Azángaro Grande (Ver Fotografía 4.4).

En la Fotografía 4.5, se muestra una vista panorámica del lugar donde se está implementando la granja de cuyes, para realizar turismo rural, de propiedad del señor Isaac C. León Yancce, ubicado en el Pago de Azángaro Grande. Es una zona ideal para pasar un buen fin de semana con todos los servicios y sobre todo en contacto con la naturaleza (Ver Fotografía 4.5).

Para la OMT, el turismo rural se basa en una perspectiva de desarrollo territorial, involucrando dos sectores: el agrícola y el turismo, los cuales se complementan a partir de sus recursos y sus potencialidades para plasmarse en un nuevo negocio para ambas actividades, en la búsqueda de una mejor calidad de vida para los actores involucrados directa o indirectamente (Leal de Rodríguez, 2008).

CONCLUSIONES

1. En el Pago de Azángaro Grande – Huanta, los productores se dedican a la crianza de cuyes mejorados (raza Perú, Inti y Andina), en promedio crían 768 cuyes de Raza Perú, 356 de Raza Inti y 125 de Raza Andina. Disponen de un promedio de 100 cuyes listos para su comercialización cada fin de semana. Los cuyes parrilleros de 900 g tienen un rendimiento sin vísceras de 67.3% y con vísceras 70.5%. El servicio de diversión por parte de los dueños de los restaurantes campestres son complementarios y atractivos para la afluencia de clientes satisfechos.
2. La rentabilidad proyectada para el productor Familiar - comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta, es de 18.52%. El tamaño del negocio considerado es de 1230 cuyes parrilleros, por lo cual obtiene una utilidad anual de S/. 3075.00 y el punto de equilibrio es de 218 unidades. La rentabilidad proyectada para el productor - Comercial del Pago de Azángaro Grande – Huanta, es de 49.57% los tres primeros años y de 54.49% los dos últimos años. El tamaño del negocio considerado es de 4800 cuyes parrilleros, la utilidad anual es de S/. 55680.00 los tres primeros años y de S/. 65179.20 los dos últimos años. El punto de equilibrio es 1986 unidades.
3. La rentabilidad proyectada para el transformador pequeño del Pago de Azángaro Grande – Huanta, es de 53.85% durante los 5 años del horizonte del negocio. El tamaño del negocio considerado es de 1200 cuyes parrilleros, obteniéndose una utilidad anual de S/. 12600.00 los tres primeros años y de S/. 13860.00 los dos últimos años. El punto de equilibrio es de 473 unidades. La rentabilidad proyectada para el transformador grande del Pago de Azángaro Grande – Huanta, es de 49.57% durante los 5 años del horizonte del negocio. El tamaño del negocio considerado es de 4800 cuyes parrilleros, obteniéndose una utilidad anual de S/. 55680.00 los tres primeros años y de S/. 61248.00 los dos últimos años. El punto de equilibrio es de 1857 unidades los tres primeros años y 1986 unidades los dos últimos años.

4. Para el transformador grande los indicadores económicos son: $VANE = S/. 102988.01$ y $TIRE = 100.66\%$; y los indicadores financieros: $VANF = S/. 110244.33$ y $TIRF = 200.21\%$.



RECOMENDACIONES

1. Realizar trabajos de investigación orientados a medir el nivel o grado de satisfacción de los consumidores del Pago de Azángaro Grande – Huanta.
2. Cuantificar la oferta y demanda de productos y servicios para determinar la brecha social a intervenir.
3. Realizar estudios relacionados con el agroturismo de aventura e interacción hombre – planta y hombre – animal, con fines recreativos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

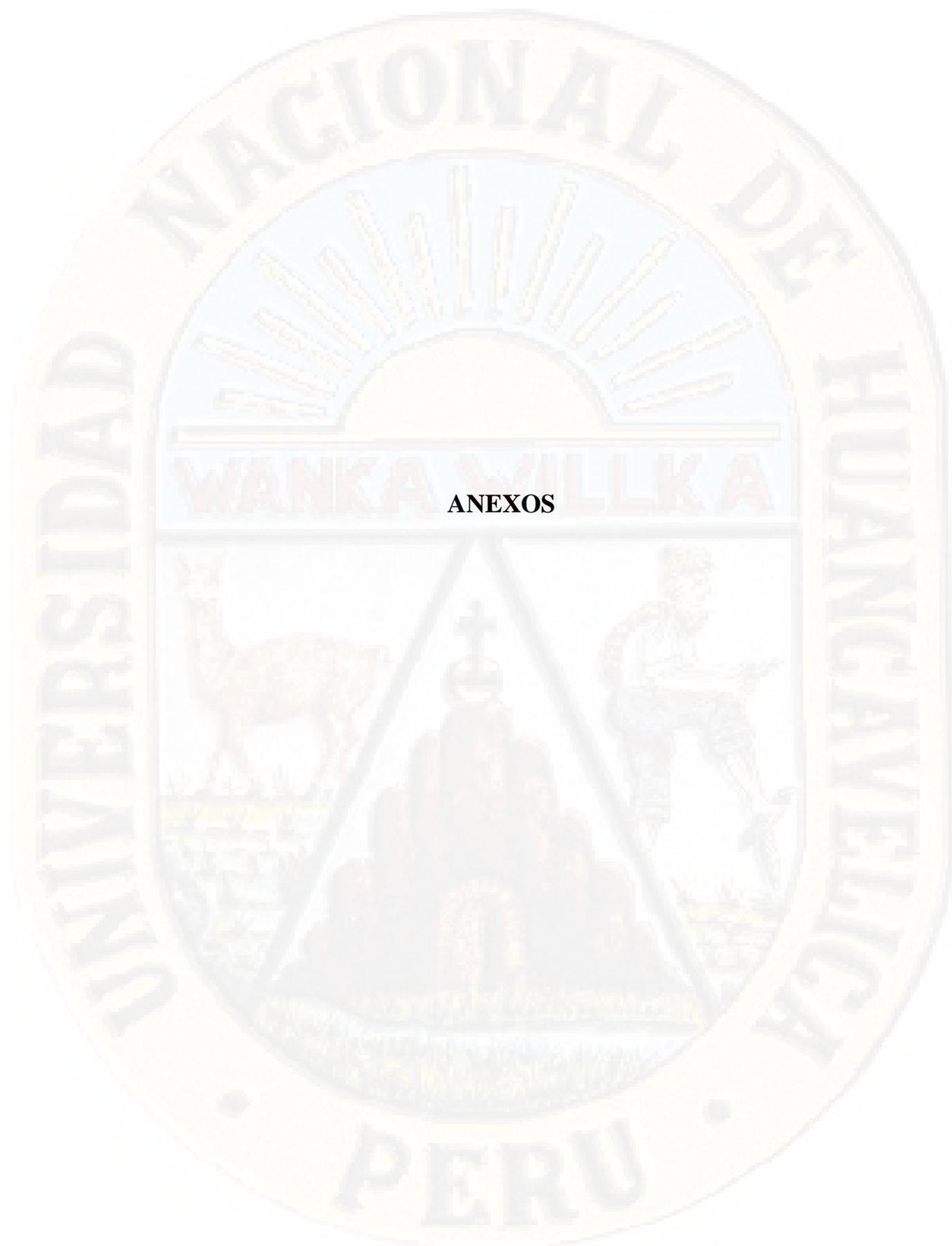
1. Acero Apaza, Jenny Rosario. (2017). La mujer rural en el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de Atuncolla – Puno 2016. Tesis para obtener el grado académico de maestro en ciencias con mención en gestión del turismo sostenible. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa Escuela de Posgrado Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias histórico sociales
2. Álvarez, J. C. (2007). Entrevista a Juan Carlos Álvarez, socio comercial de la Granja Palkathani, realizada en Lima el 21 de setiembre.
3. Barrera, Ernesto (2003). El turismo rural: una oportunidad para revalorizar la fauna. En: Presentación realizada en la 40a. Reunión de la comisión de la OMT para las américas y Seminario sobre Turismo Rural y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio, Asunción (Paraguay). www.worldtourism.org/regional/americas/semparaguay/programa-esp.htm
4. Beltrán Flores, María Esther (2011). Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de Ayacucho. Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración Facultad de ciencias administrativas y recursos humanos. Escuela Profesional de Administración. Lima-Perú.
5. Bonilla Moya, M. (2006). Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales. Investigación y análisis. Universidad de Wogeninben, Países Bajos.
6. Cano Flores, M., Olivera Gómez, D., Balderrabano Briones, J. y Pérez Cervantes, G. (2013). Rentabilidad y competitividad en la PYME. Ciencia Administrativa, No. 2 Año 2013: 80-86
7. Carcelén, F. (2007). Entrevista a Fernando Carcelén Cáceres, profesor de la Facultad de Medicina Veterinaria de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, realizada en Lima el 20 de julio.

8. Chirinos, O., Muro, K., Concha, W., Otiniano, J., Quezada, J. C. y Ríos, V. (2008). Crianza y comercialización de cuy para el mercado limeño. Universidad ESAN, 192 p. – Gerencia Global; 8. Editorial Cordillera S. A. C.
9. Combariza González, J. A. (2012). El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: Caso Municipio de La Mesa (Cundimarca). Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Agronomía. Escuela de Postgrados. Bogotá.
10. Cubbage, F. W., Davis, R. y Frey, G.E. (2011). Guía para la Evaluación Económica y Financiera de Proyectos Forestales Comunitarios en México. Banco Mundial, Región de Latinoamérica y el Caribe.
11. Farré Perales, Matilde (2015). El impacto del turismo en Perú: análisis histórico de los impactos económico, social, medioambiental y cultural. Tesis Doctoral Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) Facultad de Historia, Departamento de Historia Contemporánea (Historia de América).
12. Ferrario, Romina Andrea (2008). Turismo rural en el área de influencia de San Carlos de Bariloche. Universidad Abierta Interamericana. Facultad de Turismo y Hospitalidad. Trabajo de Grado. Buenos Aires, Argentina.
13. Higaonna, R. (2009). Tecnificación de la crianza de cuyes para el mercado nacional. Ministerio de Agricultura, Instituto Nacional de Innovación Agraria
14. INIAP (2011). Manual de crianza de cuyes.
15. Instituto Nacional de Investigación Agraria (2003). Plan de acción ecorregional de la innovación tecnológica agraria en el Perú. Lima.
16. Leal de Rodríguez, M. (2008). Propuesta de Turismo Rural para la Región Andina. Bogotá, Colombia: IICA.
17. Macas Saritama, Y. A. y Luna Cumbicus, G. (2010). Análisis de rentabilidad económica y financiera y propuesta de mejoramiento en la empresa comercializadora y exportadora de bioacuáticos “Coexbi S. A.” del Cantón Huaquillas en los periodos contables 2008 – 2009. Tesis para optar el grado de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría. Universidad Nacional de Loja, Ecuador.
18. Martínez, E., y Díaz, D. (2007). Una aproximación psicosocial al estrés escolar. Educación y Educadores, 10(2). Consultado el 20 de agosto de 2008, de: <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/687>.
19. Naranjo Pereira, M. L. (2009). Una revisión teórica sobre el estrés y algunos aspectos relevantes de éste en el ámbito educativo. Escuela de Orientación y Educación Especial Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.

20. Ordóñez, R. (2003). Plan de Introducción de la carne de cuy en Lima Metropolitana: estudio de mercado y propuesta empresarial. Lima – Perú.
21. Ortega Mafla, Wilson (2005). Evaluación financiera de proyectos de inversión. Escuela Politécnica Nacional de Quito, Ecuador. Unidad de Dirección de Empresas. Especialización en Gestión de Proyectos.
22. Portuguez Maurtua, Agustín Julián. (2010). Agronegocios. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. Ayacucho – Perú.
23. Price Gittinger (2004). Análisis económico de proyectos agrícolas. Instituto de Desarrollo económico del Banco Mundial. Editorial Tecnos S.A., Madrid.
24. Sánchez Ballesta, Juan Pedro (2002). Análisis de rentabilidad de la Empresa. Campus.com. Análisis contable. [http://Campus.com./lección/Análisis contable](http://Campus.com./lección/Análisis%20contable).
25. Sarria, J. (2005). *Producción comercial de cuyes*. Lima: Universidad Nacional Agraria La Molina.
26. Sepúlveda, H., Basurto, R., Vizcarra, Y. (2010). Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la región Cusco. Tesis para obtener el grado de magíster en administración otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú. CENTRUM Centro de negocios.

BIBLIO WEB

1. Bákula, C. (2007). Machu Picchu y otras maravillas por descubrir. Recuperado el 9 de octubre de 2009 de: <http://inc.perucultural.org.pe/download.asp.pdf>
2. Ministerio de Agricultura (2005). Producción de cuyes en la Estación Experimental Agraria Canaán-Ayacucho. <<http://www.inia.gob.pe/boletin/boletin>>.
3. Ministerio de Agricultura (2007). Plan estratégico de la cadena productiva del cuy. *Cavia porcellus*. <<http://www.minag.gob.pe>>.



ANEXOS

Anexo 1
Matriz de consistencia

TITULO: Evaluación de la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿En qué medida la implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural es rentable económica y financiera? <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Cómo se relaciona la implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural con la rentabilidad económica? ▪ ¿Cómo se relaciona la implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural con la rentabilidad financiera? ▪ ¿En qué medida los servicios de alimentación y diversión se relacionan con la rentabilidad del agronegocio de la granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>)? 	<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinar la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural. <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinar la rentabilidad económica de la implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural. ▪ Determinar la rentabilidad financiera de la implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural. ▪ Analizar la rentabilidad del agronegocio de la granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) con los servicios de alimentación y diversión. 	<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural permite obtener una buena rentabilidad económica y financiera. <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural permite obtener una aceptable rentabilidad económica. ▪ La implementación de una granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) para realizar turismo rural permite obtener una aceptable rentabilidad financiera. ▪ El agronegocio de la granja de cuy (<i>Cavia porcellus</i>) con los servicios de alimentación y diversión favorece su rentabilidad. 	<p>Variable Independiente: X</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Producción de cuy Turismo rural <p>Variable Dependiente: Y</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rentabilidad económica. ▪ Rentabilidad financiera 	<p>X1: Número de cuyes comerciales (Unidades)</p> <p>X2: Número de servicios turísticos (Unidades)</p> <p>Y1: Valor Actual Neto Económico (S/.)</p> <p>Y2: Valor Actual Neto Financiero (S/.)</p>	<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Método: Cualitativo Cuantitativo</p> <p>Diseño: Observacional</p> <p>Población: Productores de cuyes.</p> <p>Muestra: representativa de productores.</p> <p>Muestreo: Intencional.</p> <p>Técnicas: Observación, encuesta, entrevista.</p> <p>Instrumentos: Cuestionarios, hojas de datos, fichas de registro.</p>

Anexo 2

Encuesta a los productores del Pago de Azángaro Grande

Universidad Nacional de Huancavelica Facultad de
Ciencias Agrarias - Unidad de Posgrado Maestría en
Agronegocios y Comercio Internacional

Tesis: Evaluación de la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

Datos del productor de cuyes:

Nombre y apellidos: Edad:

Lugar de nacimiento: Experiencia
en el negocio:

Datos del lugar de entrevista:

Distrito: Comunidad:

Fecha:

Cuestionario

1. ¿Cuántos galpones tiene su granja de cuyes?

2. ¿Cuántos cuyes cría de cada raza?

Raza Perú:

Raza Inti:

Raza Andina:

Otros:

3. ¿Cuántos cuyes comerciales tiene disponible para cada fin de semana?

.....

4. ¿Cuánto le cuesta criar un cuy parrillero? S/.

5. ¿Cuál es el costo unitario del beneficio del cuy? S/.

6. ¿Cuál es el precio de venta de un cuy parrillero vivo? S/.

7. ¿Cuál es el precio de un cuy parrillero beneficiado? S/.

8. ¿Cuál es costo unitario de preparación del plato típico: cuy chactado?

S/.

Cuy beneficiado.....

Aderezo

Condimentos.....

Aceite.....

Sal.....

Choclo.....

Fritura.....

Otros

Servicio de preparación.....

9. ¿Cuál es el precio de venta de un plato típico: cuy chactado? S/.

10. ¿Qué inversiones ha realizado para hacer atractivo el negocio?

.....

11. ¿Cuál es el costo de mantenimiento del negocio? S/.por mes.

12. ¿Qué tipo de refresco a base de frutas de la zona ofrece?

.....

.....

.....

.....

13. ¿Cuál es el costo unitario de preparación de cada tipo de refresco?

.....

.....

.....

.....

14. ¿Cuál es el precio de venta de cada tipo de refresco?

.....

.....

.....

.....

Gracias por la atención

Anexo 3

Presupuesto de construcción de Galpón de cuyes

Lugar: Pago de Azangaro Grande								
Medidas: 8 x 30 Metros.								
Area: 240 Metros Cuadrados.								
Plazo: 02 Meses								
CATEGORIA DE GASTO	Mod. Aplic.	ESPECIFICACION DEL GASTO	Und/Medida	N° Trabajadores	Cantidad	PRESUPUESTO		
						PUNT	PARCIAL	TOTAL
1.-		MANO DE OBRA						
		Maestro Albañil	Und	1	2.00	2,400	4,800.00	10,800.00
		Peón (Ayudante)	Und	2	2.00	1,500	6,000.00	
2.-		MATERIALES DE CONSTRUCCION						
			Und		60		1,620.00	21,724.00
			Und		60		900.00	
			Milár		8		4,160.00	
			Kg		40	4	160.00	
			Kg		15	4	60.00	
			Kg		20	4	80.00	
			Kg		10	4	40.00	
			Und		180	25	4,500.00	
		ARENA FINA	M3		10		400.00	
		ARENA GRUESA	M3		25		750.00	
		HORMIGON	M3		60		1,800.00	
		MADERA DE MONTAÑA	Und		30	23	690.00	
		CUARTON DE MONTAÑA DE 2" X 3"	Und		8	23	184.00	
		ROLLIZO DE 8" X 5 MTS	Und		18	20	360.00	
		CINTA Y/O CHACLAS	Und		100	12	1,200.00	
		ROLLIZO DE 4" X 5.5 MTS	Und		80	12	960.00	
		CALAMINA GALVANIZADA DE 1.80 X 0.90	Und		240	14	3,360.00	
		CALAMINA TRANSPARENTE (FIBRA FORTE) COLOR AMARILLO.	Und		20.00	25	500.00	
2.1.-		IMPLEMENTACION DE PUERTAS Y VENTANAS AL GALPON DE CUYES.						
		Puerta de 1 x 2M	Und		1.00	500	500.00	2,100.00
		Ventana de 0.60 x 20 Mts	Und		2.00	800	1,600.00	
3.-		HABITACULO PARA LOS CUYES DE (1.20 X 0.90 MTS).						
		CONSTRUCCION DE POZAS PARA LOS CUYES.	Und		84.00	60	5,040.00	7,774.00
		COMEDEROS DE CONCENTRADO PARA LOS CUYES	Und		84.00	8	672.00	
		GAZAPERAS PARA LOS CUYES	Und		50.00	11	550.00	
		FORRAJERA PARA LOS CUYES	Und		84.00	10	840.00	
		BEBEDEROS (VASUAS DE AROLLA)	Und		84.00	8	672.00	
4.-		MEDICAMENTOS DE SANIDAD PARA LOS CUYES.						
		ANTIBIOTICOS	Gral		1.00	300	220.00	920.00
		ANTIPARASITARIOS EXTERNOS	Gral		1.00	200	150.00	
		VITAMINAS	Gral		1.00	150	100.00	
		ALCOHOL DE 90 * LITRO	Und		6.00	9	54.00	
		ALGODÓN CONO	Und		6.00	5	30.00	
		AGUA OXIGENADA DE LITRO	Und		6.00	11	66.00	
		ANTIPARASITARIOS INTERNOS	Gral		1.00	300	300.00	
5.-		COMPRA DE REPRODUCTORES PARA EL GALPON DE CUYES.						
		REPRODUCTOR HEMBRA	Und		200	35	7,000.00	8000.00
		REPRODUCTOR MACHO	Und		20	50	1,000.00	
6.-		INPREVISOS						
		GASTOS EN GENERAL (5%)	Gib		1.00			2811.40
		TOTAL						54,129.40

Anexo 4

Plano de distribución de pozas en el galpón de cuyes



Anexo 5

Costo de terreno saneado

TERRENO	CANTIDAD	UND/ MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
AREA (M2) terreno a usarse en galpones e Instalación de forraje (alfalfa).	1	Has	90,000	90,000.00
LIMPIEZA - Preparación del terreno, para la construcción del galpón y cultivo de alfalfa.	1	Und	800	800.00
ELECTRICIDAD (ML) - Tendido eléctrico.	150	Mts	5	750.00
AGUA (ML) - Instalación de sistema de agua potable, desde la linea matriz al galpón.	100	Mts	3	300.00
DESAGUE (ML) - Instalación de desague a colector principal.	50	Mts	15	750.00
Total				S/. 92,600.00

Anexo 6

Fotografías del trabajo de campo



Fotografía 6.1

Vista panorámica del frontis (Galpón de cuyes), de la Sra. Paulina Laurente Palomino, en el pago de Azángaro Grande.



Fotografía 6.2

Vista (interna) de las pozas en material de carrizo de la granja de cuyes de propiedad del señor, Dionicio Laurente Palomino, ubicado en el Pago de Azángaro Grande.



Fotografía 6.3

Vista panorámica de las pozas de crianza de cuyes en material de la zona (carrizo) del Sr. Dionicio Laurente Palomino, ubicado en el Pago de Azángaro Grande.



Fotografía 6.4

Vista del frontis del galpón de cuyes del señor Julio Laurente Osores, hijo del señor Dionicio Laurente Palomino – Pago de Azángaro Grande.



Fotografía 6.5

Vista panorámica de los galpones de cuyes y estiércol amontonado de cuyes, del Sr. Lucio Ramírez Palomino, Pago de Azángaro Grande.



Fotografía 6.6

Cultivo de alfalfa con instalación de plantas perennes, para la alimentación de cuyes del señor Henry Laurente Yauli, en el Pago de Azángaro Grande.



Fotografía 6.7

Vista frontal de la construcción de la granja de cuyes para realizar turismo rural, de propiedad del Sr. Isaac C. León Yancee, ubicado en el Pago de Azángaro Grande



Fotografía 6.8

Vista panorámica de la granja de cuyes y piso forrajero para la alimentación de los cuyes (alfalfa), de propiedad del Sr. Jesús Chávez Huerta, en el Pago de Azángaro Grande.



Fotografía 6.9
Vista frontal de la granja de cuyes de la Sra. Sabina A. Laurente Palomino, ubicado en el Pago de Azángaro Grande



Fotografía 6.10
Vista frontal del cultivo de alfalfa para la alimentación de los cuyes, de la Sra. Sabina A. Laurente Palomino, ubicado en el Pago de Azángaro Grande



Fotografía 6.11

Vista del aviso del único recreo campestre denominado "Playa el Encanto" de propiedad del señor Julio Laurente Palomino, ubicado en el pago de Azángaro Grande.

Anexo 7

Validación de instrumento de investigación según juicio de experto

1. DATOS GENERALES:

Nombres y apellidos del experto:

ROBERTO CARLOS CHUQUILIN GOICOCHEA

Institución donde labora:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA

Grado académico:

MAGISTER SCIENTIAE

Título de la investigación:

Evaluación de la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Encuesta a los productores del Pago de Azángaro Grande - Huanta”

3. OBJETIVO:

Conocer la opinión de los productores del Pago de Azángaro Grande – Huanta, sobre la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) complementado con el turismo rural.

4. DIRIGIDO A: Los productores (as) de cuyes del pago de Azángaro Grande Huanta – Ayacucho.

5. CALIFICACIÓN GLOBAL:

Aprobado	Desaprobado	Observado
✓		

Fecha: 05/03/2018

.....

FIRMA DEL EXPERTO

Validación de instrumento de investigación según juicio de experto

1. DATOS GENERALES:

Nombres y apellidos del experto:

ROLANDO PORTA CHUPURGO

Institución donde labora:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA

Grado académico:

MAGISTER SCIENTIAE

Título de la investigación:

Evaluación de la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Encuesta a los productores del Pago de Azángaro Grande - Huanta”

3. OBJETIVO:

Conocer la opinión de los productores del Pago de Azángaro Grande – Huanta, sobre la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) complementado con el turismo rural.

4. DIRIGIDO A: Los productores (as) de cuyes del pago de Azángaro Grande Huanta – Ayacucho.

5. CALIFICACIÓN GLOBAL:

Aprobado	Desaprobado	Observado
✓		

Fecha: 05/03/2018

.....

FIRMA DEL EXPERTO

1. DATOS GENERALES:

Nombres y apellidos del experto:

JESÚS ANTONIO JAIME PIÑAS

Institución donde labora:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA

Grado académico:

MAESTRO

Título de la investigación:

Evaluación de la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) para realizar turismo rural en el Pago de Azángaro Grande – Huanta.

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Encuesta a los productores del Pago de Azángaro Grande - Huanta”

3. OBJETIVO:

Conocer la opinión de los productores del Pago de Azángaro Grande – Huanta, sobre la rentabilidad económica y financiera de la implementación de una granja de cuy (*Cavia porcellus*) complementado con el turismo rural.

4. DIRIGIDO A: Los productores (as) de cuyes del pago de Azángaro Grande Huanta – Ayacucho.

5. CALIFICACIÓN GLOBAL:

Aprobado	Desaprobado	Observado
✓		

Fecha: 05/03/2018

.....

FIRMA DEL EXPERTO