



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL

MODALIDAD: INFORME DE INVESTIGACIÓN

Título:

La calidad de vida de los productores de cuy como vínculos productivos para la población con enfoque en el desarrollo local.

Informe de investigación previo a la obtención del título de Magíster en Desarrollo Local.

Autor:

Delgado Acurio César Ricardo

Tutor:

Dr. Mg. Luis Alonso Chicaiza

LATACUNGA –ECUADOR

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación: La calidad de vida de los productores de cuy como vínculos productivos para la población con enfoque con en el desarrollo local, presentado por Delgado Acurio César Ricardo, para optar por el título magíster en Desarrollo Local.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, Octubre, 2021.



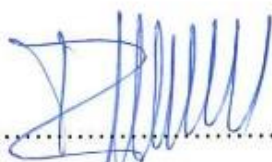
Dr. Mg. Luis Alonso Chicaiza

CC.: 0501308316

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: La calidad de vida de los productores de cuy como vínculos productivos para la población con enfoque con en el desarrollo local, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magíster en Desarrollo Local; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

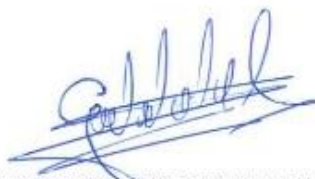
Latacunga, Octubre, 2021.



.....
Mg. Jorge Washington Armas Cajas

C.C. 0501556450

Presidente del tribunal



.....
Mg. Edie Gabriel Molina Cuasapaz

CC: 1722547278

Lector 2



.....
Mg. Cristian Neptali Arcos Álvarez

CC: 1803675634

Lector 3

DEDICATORIA

Con mucho cariño dedico mi trabajo de investigación a mi familia, por su apoyo incondicional y de manera especial a mis padres por encaminarme en la vida, que cada logro conseguido, es la recompensa del esfuerzo, dedicación y poner pasión en cada aspecto de mí vida.

César Ricardo

AGRADECIMIENTO

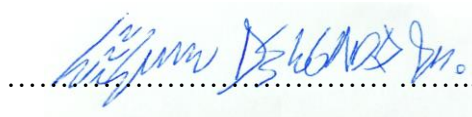
A Dios por haberme dado la vida y la oportunidad de haber culminado mi carrera de 4to nivel, a la Universidad Técnica de Cotopaxi por la apertura para poder cumplir mi sueño anhelado, también un sincero agradecimiento al Dr. Mg. Luis Alonso Chicaiza por su guía para poder cumplir con mi trabajo de titulación gracias por el tiempo entregado hacia mi les quedaré eternamente agradecida.

César Ricardo

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, Octubre, 2021.

A handwritten signature in blue ink, reading "Ricardo César Acurio Delgado", is written over a horizontal dotted line. The signature is contained within a light green rectangular box.


Delgado Acurio César Ricardo

CC: 0503035438

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, Octubre, 2021.

A handwritten signature in blue ink, reading "Delgado Acurio César Ricardo", is written on a light blue rectangular background. Below the signature is a horizontal dotted line.

Delgado Acurio César Ricardo

CC: 0503035438

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: **LA CALIDAD DE VIDA DE LOS PRODUCTORES DE CUY COMO VÍNCULOS PRODUCTIVOS PARA LA POBLACIÓN CON ENFOQUE CON EN EL DESARROLLO LOCAL**. Contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, Octubre, 2021.



.....

Mg. Jorge Washington Armas Cajas
C.C. 0501556450

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL

Título: La calidad de vida de los productores de cuy como vínculos productivos para la población con enfoque con en el desarrollo local.

Autor: Delgado Acurio César Ricardo

Tutor: Dr. Mg. Luis Alonso Chicaiza

RESUMEN

La principal problemática en el tema de la producción del cuy siempre han sido los mercados, el mayor problema del productor ocurre al momento de la comercialización, por no considerar los costos de traslado y otros aspectos que son tomados como oportunidades para que los intermediarios se queden con un alto porcentaje de utilidad, y de esta manera perjudiquen al productor quien es el que verdaderamente se esfuerza desde la crianza, cuidado y faenamiento del animal; es así que se realizó un análisis de la calidad de vida de los productores de cuy como vínculos productivos para la población con enfoque en el desarrollo local. En relación al tipo de investigación, se empleó una metodología de enfoque cuantitativo y se apoyó en el método inductivo – deductivo para el análisis de los hechos a través del razonamiento, con la finalidad de obtener conclusiones que van desde lo general hacia lo particular, lo que facilitó la elaboración de conclusiones generales a partir de los hechos particulares obtenidos en el estudio de campo por medio de la observación y encuestas, aplicado bajo la línea de Administración y Economía para el Desarrollo Social y con las sublíneas de Entorno Económico para los Negocios e Innovación.

PALABRAS CLAVE: Desarrollo local, asociatividad, productores, cuy, productores

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
POSTGRADUATE DIRECTION
MASTER'S DEGREE IN LOCAL DEVELOPMENT

Title: The quality of life of guinea pig producers as productive links for the population with a focus on local development.

Author: Delgado Acurio César Ricardo

Tutor: Dr. Mg. Luis Alonso Chicaiza

ABSTRACT

The main problem in the production of guinea pigs has always been the markets, the biggest problem for the producer occurs at the time of commercialization, for not considering the costs of transportation and other aspects that are taken as opportunities for intermediaries to keep a high percentage of profit, and thus harm the producer who is the one who really strives from the breeding, care and slaughter of the animal; thus, an analysis of the quality of life of guinea pig producers as productive links for the population with a focus on local development was conducted. In relation to the type of research, quantitative approach methodology was applied and it was supported by the inductive - deductive method for the analysis of facts through reasoning, to obtain conclusions that go from the general to the particular, which facilitated the elaboration of general conclusions from the particular facts obtained in the field study employing observation and surveys, applied under the line of Administration and Economy for Social Development and with the sublines of Economic Environment for Business and Innovation.

KEY WORDS: Local development, associativity, producers, guinea pig, producers.

Santiago Gabriel Ramón Amores con cédula de identidad número: 050356882-6 Licenciado/a en Ciencias de la Educación mención Inglés con número de registro de la SENESCYT: 1020-15-1380168; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: "La calidad de vida de los productores de cuy como vínculos productivos para la población con enfoque con en el desarrollo local.", de: César Ricardo Delgado Acurio ,aspirante a Magister en Desarrollo Local..

Latacunga, Septiembre, 2021.


.....
Santiago Gabriel Ramón Amores

050356882-6

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN TRIBUNAL	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA	vi
RENUNCIA DE DERECHOS.....	vii
AVAL DEL VEEDOR.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	xi
INTRODUCCIÓN	1
Formulación del problema	3
Objetivo general.....	3
Objetivos específicos	3
Variables	4
1 CAPÍTULO I.....	6
I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
1.1 Antecedentes	6
1.1.1 Características generales del Cuy.....	7
1.1.2 Tipos de cuyes.....	8
1.1.3 Clasificación según la conformación	9
1.1.4 Clasificación según el pelaje.....	9
1.1.5 Propiedades del cuy.....	11
1.2 Fundamentación epistemológica	11
Idea de Negocio.....	12
Segmento de Mercado.....	12
Cadena de Valor	12
Canales	13
Relaciones con los clientes.....	13

Fuentes de Ingreso.....	14
Recurso Claves.....	14
Actividades Claves.....	14
Estructura de Costes.....	14
Estudio de Mercado.....	15
1.3 Desarrollo económico local.....	17
1.3.1 Estrategias de desarrollo económico local.....	18
1.3.2 El contexto sistémico de la productividad y la competitividad.....	19
1.4 Proyectos Pecuarios Asociativos.....	19
1.4.1 Proyectos pecuarios.....	21
1.5 Modelo de gestión.....	22
Políticas públicas.....	23
1.6 Conclusiones Capítulo I.....	24
2 CAPÍTULO II.....	25
2.1 TÍTULO DEL PROYECTO.....	25
2.2 Objetivos.....	25
2.3 Justificación.....	25
2.3.1 Metodología aplicada.....	26
2.3.2 Cálculo de la muestra	28
2.3.3 Análisis e Interpretación de Resultados.....	30
2.3.4 Caracterización del territorio.....	39
2.4 Desarrollo de la propuesta.....	47
2.4.1 Elementos que conforman.....	47
2.4.2 Explicación de la Propuesta.....	52
2.4.3 Premisas para su implementación.....	54
2.5 Conclusiones Capítulo II.....	55
3 III. APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....	57
3.1 Evaluación de expertos.....	57
3.2 Evaluación de usuarios.....	58
3.3 Conclusiones del III capítulo.....	60
4 IV. CONCLUSIONES GENERALES.....	61
5 V. RECOMENDACIONES.....	63

6	VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
7	VII. ANEXOS	67
	ANEXO 1.....	67
	ANEXO 2.....	69
	ANEXO 3.....	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Alojamiento para la crianza de cuy.....	8
Gráfico 2. Cuy tipo 1.....	9
Gráfico 3. Cuy tipo 2.....	10
Gráfico 4. Cuy tipo 3.....	10
Gráfico 5. Cuy tipo 4.....	11
Gráfico 6. Modelo de Gestión Comercial Asociativa	22
Gráfico 7. Modalidad operativa del modelo de gestión	23
Gráfico 8. Elementos que conforman la propuesta	27
Gráfico 9. Ubicación geográfica	27
Gráfico 10. Actividad.....	30
Gráfico 11. Estado Civil.....	30
Gráfico 12. Género.....	31
Gráfico 13.Cargas Familiares.....	31
Gráfico 14. Proyecto Productivo.....	32
Gráfico 15. Edad	32
Gráfico 16. Nivel educativo	33
Gráfico 17. Ingresos	33
Gráfico 18. Número de cuyes.....	34
Gráfico 19. Venta semanal.....	34
Gráfico 20. Consumo semanal	35
Gráfico 21. Asistencia técnica Tradicional	35
Gráfico 22. Transformación	36
Gráfico 23. Comercialización	36
Gráfico 24. Precio	37
Gráfico 25. Capacitaciones	37
Gráfico 26. Convenio actores públicos	38
Gráfico 27. Canales de comercialización.....	38
Gráfico 28. Evaluación de usuarios	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Sistemas de Tareas en relación a lo objetos específicos	4
Tabla 2. Valor nutricional de la carne de cuy	11
Tabla 3. Población de la Parroquia Juan Montalvo.....	28
Tabla 4. FODA.....	39
Tabla 5. Factores económicos	40
Tabla 6. Constitución del Ecuador	41
Tabla 7. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.....	41
Tabla 8. Factores tecnológicos	42
Tabla 9. Infraestructura principal de la Parroquia Juan Montalvo.....	45
Tabla 10. Beneficios de la asociatividad en red.....	46
Tabla 11. Plan de acción para el fortalecimiento del modelo de gestión como estrategia para la asociatividad en red.....	48
Tabla 12. Actividades básicas	49
Tabla 13. Actividades de apoyo	51
Tabla 14. Validación del instrumento	58

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se ancla en la línea de investigación de administración y economía para el desarrollo social entorno y dentro de la sub-línea de economía para los negocios e innovación, pues esta basa su estructura en el desarrollo de una propuesta que coadyuva al entorno económico de los productores de cuyes a partir del aprovechamiento de las asociaciones en red de los productores.

Actualmente, se están proponiendo otras y nuevas estrategias de desarrollo, entre ellas la reactivación del campo, implementando modelos de producción agroecológicos, para sostener sistemas más saludables y de sobrevivencia de la población.

El presente proyecto analiza varias aristas que coinciden y que deben visualizarse con el objetivo de articularlas y brindar una solución integral que genere un beneficio común trascendente, en primer lugar la situación real del pequeño y mediano productor del cuy, ya que su conocimiento en las labores de producción del cuy es empírico, lo que disminuye la productividad puesto que cada vez existen nuevas técnicas que permiten la optimización de recursos humanos y el mejoramiento del rendimiento productivo.

La principal problemática en el tema de la producción del cuy siempre han sido los mercados, el mayor problema del productor desde el punto de vista del autor, ocurre al momento de la comercialización, por no considerar los costos de traslado y otros aspectos que son tomados como oportunidades para que los intermediarios se queden con un alto porcentaje de utilidad, y de esta manera perjudicando al productor quien es el que verdaderamente se esfuerza desde la crianza, cuidado y faenamiento del animal.

La falta de seguimiento adecuado por parte de las entidades públicas competentes en el tema es evidente pues se han ejecutado varios programas a nivel nacional pero no han considerado la realidad local por lo cual existen varias limitaciones para un adecuado desarrollo de los proyectos ejecutados.

En esta investigación dirigida a la calidad de vida de los productores de cuy como vínculos productivos para la población con enfoque con en el desarrollo local, se

detalla producción económica y agro productiva, comercialización, soberanía alimentaria, importancia de la producción y comercialización del cuy y género en los proyectos productivos y de desarrollo.

El cuy (cobayo o curí) es un mamífero roedor originario de la zona andina de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, estos pequeños animales son criados por personas de zonas rurales, la gran mayoría de ellos campesinos. El cuy constituye un producto alimenticio de alto valor nutricional que contribuye a la seguridad alimentaria de la población rural de escasos recursos.

Entre las especies utilizadas en la alimentación del hombre andino, sin lugar a dudas el cuy constituye el de mayor popularidad. Este pequeño animal está identificado con la vida y costumbres de la sociedad indígena. La distribución de la población de cuyes en el Ecuador es amplia; se encuentra en casi la totalidad, de la Región Andina.

Las ventajas de la crianza de cuyes incluyen su calidad de especie herbívora, su ciclo reproductivo corto, la facilidad de adaptación a diferentes ecosistemas y su alimentación versátil que utiliza insumos no competitivos con la alimentación de otros.

La producción y comercialización de cuyes es importante debido a que permite aprovechar nuestros recursos naturales, para crear beneficios económicos a la población, a través de la creación de fuentes de empleo. Esta actividad es rentable, ya que no requiere mucho espacio físico, demanda poca inversión y mano de obra.

Se puede implementar nuevas técnicas en la producción y comercialización de cuyes, permitiendo optimizar la capacidad de producción y por ende ayudará a satisfacer la demanda actual, logrando incrementar los ingresos de los asociados, mejorando su nivel de vida.

La falta de coordinación entre el productor del cuy con los entes del sector público y la empresa privada, al momento de actuar de manera individual y desarticulada no se obtiene resultados óptimos, al hablar de desarrollo local debemos visualizar en articular y mejorar las cadenas productivas con una visión integral siempre con una proyección a futuro del presente proyecto.

Los principales productores del cuy son los países vecinos de Perú y Bolivia estos se han dedicado a la producción de este animal a gran escala con fines de exportación, pero también de consumo interno por su alto contenido nutricional, y su carne es de alto consumo interno por su sabor y costumbres de la Región Andina.

Es posible y necesario crear y poner en marcha este tipo de proyectos como el que estamos desarrollando para que se integren todos los actores necesarios que conforman el desarrollo local como es la comunidad, sector público y privado en beneficio de cada uno de los individuos que viven en los sectores a realizar el proyecto.

Formulación del problema

¿Cuál es la clase de relación que existe entre el Desarrollo Económico Local y la cadena productiva de la crianza del cuy en la parroquia Juan Montalvo, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi?

Objetivo general

Elaborar un modelo de gestión asociativo con enfoque en el desarrollo Local en la Parroquia Juan Montalvo, Cantón Latacunga, Provincia Cotopaxi.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la cadena de producción y comercialización de cuyes en la Parroquia Juan Montalvo, Cantón Latacunga, Provincia Cotopaxi.
- Realizar una investigación de mercado con los productores de cuy relacionado a la productividad de sus proyectos asociativos.
- Diseñar estrategias para el fortalecimiento del modelo de gestión como condición necesaria para la asociatividad de la crianza de cuy en beneficio de la parroquia Juan Montalvo, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Tabla 1. Sistemas de Tareas en relación a lo objetos específicos

Realizar un diagnóstico situacional de la cadena de producción y comercialización de cuyes en la Parroquia Juan Montalvo, Cantón Latacunga, Provincia Cotopaxi.	1.1. Recolección de información en fuentes secundarias como libros, base de datos y artículos científicos sobre el objeto de estudio.
	1.2. Análisis y procesamiento de la información.
Realizar una investigación de mercado con los productores de cuyes relacionados a la productividad de sus proyectos asociativos.	2.1. Creación de un instrumento de encuesta
	2.1. Validación del instrumento
	2.2. Aplicación del instrumento
Diseñar estrategias para el fortalecimiento del modelo de gestión como condición necesaria para la asociatividad de la crianza de cuy en beneficio de la parroquia Juan Montalvo, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.	2.3. Presentación de resultados y análisis
	3.1. Detección de problemas
	3.2. Diseñar estrategias para el fortalecimiento del modelo de gestión.
	3.3. Definir los criterios para realizar el análisis de los datos.

Elaborado por: Delgado Acurio César Ricardo

Variables

Variable 1. Desarrollo Económico Local

Variable 2. Competitividad productiva en la cadena productiva de la crianza del cuy.

Justificación

El estudio se justifica ya que, en los últimos años en la provincia de Cotopaxi, particularmente en el cantón Latacunga, parecería existir una tendencia al desarrollo de proyectos productivos, como la crianza del cuy, la misma que plantea la necesidad de conocer de manera objetiva los factores de éxito, así como las causas de los fracasos de tales iniciativas, para diseñar e impulsar políticas y acciones que estimulen esos emprendimientos y la creación de nuevas empresas productivas, comerciales lideradas por productores de la crianza del cuy.

Con toda esta argumentación y siendo Cotopaxi una provincia cuya principal actividad económica es la agricultura y la ganadería, en sus siete cantones cuenta

con 33 parroquias urbanas y 11 rurales con alto porcentaje de población indígena considero factible la presentación y ejecución de este proyecto.

El objetivo de alcanzar el enfoque en el desarrollo económico y humano de los involucrados y el cumplimiento de los objetivos a nivel macro como los planteados por la ONU y también a nivel meso los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir y demás leyes y estatutos como son reglamentos internos que deberá tener la asociación de criadores y productores del cuy.

Según el productor independiente como las asociaciones la principal problemática es la falta de mercado para el expendio del cuy ya faenado, por lo que salen con los animales vivos a las plazas, ferias locales y los precios son poco competitivos, el presente proyecto de desarrollo permitirá al productor sea individual o asociado beneficiarse de la garantía al contar con un convenio entre el productor y la empresa privada , mediante el cual se garantiza la colocación del producto en el mercado local como en un futuro no lejano a nivel internacional.

En relación al tipo de investigación, se empleará una metodología de enfoque cuantitativo y se apoyará en método inductivo – deductivo para el análisis de los hechos a través del razonamiento, con la finalidad de obtener conclusiones que van desde lo general hacia lo particular. Dentro de la investigación, el método inductivo deductivo facilitará la elaboración de conclusiones generales a partir de los hechos particulares obtenidos en el estudio de campo a través de la observación y encuestas para describir el territorio de la población que está constituida por los productores de cuy de la ciudad de Latacunga, parroquia Juan Montalvo de la provincia de Cotopaxi.

Al hablar de la calidad de vida de los productores de cuy como vínculos productivos para la población con enfoque con en el desarrollo local, se trabaja bajo la línea de investigación Administración y Economía para el Desarrollo Social y con las sublíneas de Entorno Económico para los Negocios e Innovación

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes

De acuerdo a un estudio realizado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2018), en el Ecuador, el 38,1% de los emprendimientos son productivos y están relacionados con las microempresas.

El estudio analítico de Il Sung Park, S., & Duarte Masi, S. (2015), realiza un análisis del perfil emprendedor en Iberoamérica, señala varias características de los emprendedores, como personas innovadoras, creativas, que aprovechan las oportunidades; donde los otros ven rutina, tolerancia, fracaso, los emprendedores se diferencian por su perseverancia, necesidad del éxito, optimismo, motivación al trabajo, vencer dificultades y disfrute de ser un emprendedor.

La cuyecultura es, una actividad económica y productiva que está enfocada a la crianza, reproducción y comercialización del cuy. La crianza de este animal es importante por cuanto representa un gran potencial de desarrollo para aquellas familias de escasos recursos económicos, que disponen de poco espacio para criar otras especies mayores (vacunos, ovinos, caprinos, etc.).

Según el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2020). Menciona que además de sus bajos costos de producción y rápido retorno económico a diferencia de otras especies, existen varias limitantes en el desarrollo del sector; así tenemos que el 95% se encuentra bajo el sistema de crianza familiar, mientras que el 5% son criados en un sistema comercial y familiar-comercial.

En el sector casero no existe tecnología alguna, hallándose varias excepciones de campesinos que los manejan en criaderos diseñados y con alguna tecnología. Los animales son por lo general del tipo criollo de bajos índices de producción.

Cabe recalcar que, tal actividad ha sido y es dirigida en su mayor parte al autoconsumo y muy poco a la comercialización. Esta condición ha causado que el sistema de crianza más bien sea de carácter empírico, lo cual produce alto grado de mortalidad.

La crianza a nivel de grandes y medianos productores, se hace en galpones diseñados para el efecto. Estas explotaciones se han iniciado con animales mejorados, permitiendo éxito económico. Infortunadamente no realizan selección y mejora de la especie, lo que motiva que los parámetros productivos se encuentren estancados

La producción y comercialización de cuyes es importante debido a que permite aprovechar nuestros recursos naturales, para crear beneficios económicos a la población, a través de la creación de fuentes de empleo. Esta actividad es rentable, ya que no requiere mucho espacio físico, demanda poca inversión y mano de obra.

Al organizar a esta comunidad e implementar nuevas técnicas en la producción y comercialización de cuyes, permitirá optimizar la capacidad de producción y por ende ayudará a satisfacer la demanda actual, logrando incrementar los ingresos de los asociados, mejorando su nivel de vida. Moncayo, G.R (1992).

1.1.1 Características generales del Cuy

De acuerdo a Zaldívar, L. C. F. (2007). La forma de su cuerpo es alargada y cubierto de pelos desde el nacimiento, los machos desarrollan más que las hembras. A continuación, se describen las partes del cuerpo de los cuyes.”

Comportamiento: Se caracteriza por ser manso, aunque siempre está muy alerta. Es muy raro que muerda ante una situación extraña o manipulación, en general la respuesta puede ser de inmovilidad o por el contrario el escape a gran velocidad. Es muy social pudiendo vivir en grupo con hembras, crías y otros machos, en cuyo caso realizan juntos distintas actividades como comer y descansar tocándose

unos a otros. No tiene por costumbre trepar o saltar lo que facilita el diseño de su recinto.

De acuerdo al sistema de crianza de cuy Castro, H. (2002). Menciona:

Alojamiento: Se puede alojar en jaula o en pozas. El tamaño debe permitir que pueda desplazarse con comodidad tanto en largo como en ancho para ejercitarse. El recinto debe estar ubicado en una zona tranquila, protegido de corrientes de aire frío, exceso de humedad o sol fuerte directo.



Gráfico 1. Alojamiento para la crianza de cuy
Elaborado por: Delgado Acurio César Ricardo
Fuente: Castro, H. (2002).

Alimentación: La alimentación en cuyes es uno de los aspectos más importantes, debido a que éste depende el éxito de la producción, por tanto, se debe garantizar la producción de forraje suficiente considerando, que el cuy es un animal herbívoro y tiene una gran capacidad de consumo de forraje.

Características Reproductivas: La madurez sexual llega entre los 2 y 3 meses de edad, es importante si se tiene una hembra y se quiere que tenga cría, que la primera preñez sea a los 7 a 9 meses de edad para evitar la posibilidad de dificultades durante el parto. La preñez dura entre 65 y 73 días.

1.1.2 Tipos de cuyes

“Para el estudio de los tipos y variedades se les ha agrupado a los cuyes de acuerdo a su conformación, forma y longitud del pelo y tonalidades de pelaje.”
Posada Ochoa, S. L., Rosero Noguera, J. R., & Solarte Portilla, C. E. (2015).

1.1.3 Clasificación según la conformación

TIPO A. Corresponde a cuyes mejorados que tienen una conformación enmarcada dentro de un paralelepípedo, clásico en las razas productoras de carne. La tendencia es producir animales que tengan una buena longitud, profundidad y ancho. Esto expresa el mayor grado de desarrollo muscular, fijado en una buena base ósea. Son de temperamento tranquilo, responden eficientemente a un buen manejo y tienen buena conversión alimenticia.

TIPO B. Corresponde a los cuyes de forma angulosa, cuyo cuerpo tiene poca profundidad y desarrollo muscular escaso. La cabeza es triangular y alargada. Tienen mayor variabilidad en el tamaño de la oreja. Es muy nervioso, lo que hace dificultoso su manejo.

1.1.4 Clasificación según el pelaje

TIPO 1. Es de pelo corto, lacio y pegado al cuerpo, es el más difundido y caracteriza al cuy peruano productor de carne. Puede o no tener remolino en la frente. Se encuentran de colores simples claros, oscuros o combinados. Es el que tiene el mejor comportamiento como productor de carne.



Gráfico 2. Cuy tipo 1
Elaborado por: Delgado Acurio César Ricardo
Fuente: Castro, H. (2002).

TIPO 2. Es de pelo corto, lacio, pero forma rosetas o remolinos a lo largo del cuerpo, es menos precoz. Está presente en poblaciones de cuyes criollos, existen de diversos colores. No es una población dominante, por lo general en cruzamiento con otros tipos se pierde fácilmente.



Gráfico 3. Cuy tipo 2
Elaborado por: Delgado Acurio César Ricardo
Fuente: Castro, H. (2002).

TIPO 3. Es de pelo largo y lacio, presenta dos subtipos que corresponden al tipo I y 2 con pelo largo, así tenemos los cuyes del subtipo 3-1 presentan el pelo largo, lacio y pegado al cuerpo, pudiendo presentar un remolino en la frente. El subtipo 3-2 comprende a aquellos animales que presentan el pelo largo, lacio y en rosetas. Está poco difundido, pero bastante solicitado por la belleza que muestra. No es buen productor de carne, si bien utilizado como mascota.



Gráfico 4. Cuy tipo 3
Elaborado por: Delgado Acurio César Ricardo
Fuente: Castro, H. (2002).

TIPO 4. Es de pelo ensortijado, característica que presenta sobre todo al nacimiento, ya que se va perdiendo a medida que el animal se desarrolla, tornándose en erizado. Su forma de cabeza y cuerpo es redondeada, de tamaño medio. Tiene una buena implantación muscular y con grasa de infiltración, el sabor de su carne destaca a este tipo. La variabilidad de sus parámetros productivos y reproductivos le da un potencial como productor de carne.



Gráfico 5. Cuy tipo 4
Elaborado por: Delgado Acurio César Ricardo
Fuente: Castro, H. (2002).

1.1.5 Propiedades del cuy

El cuy, como producto alimenticio tiene un alto contenido nutricional, cuyo proceso de desarrollo está directamente ligado a la dieta alimentaria de los sectores sociales de menores ingresos del país, además se ha convertido en las últimas décadas en una carne requerida en el mercado nacional e internacional debido a su exquisito sabor y a su bajo nivel de grasas como podemos observar a continuación:

Tabla 2. Valor nutricional de la carne de cuy

ESPECIE	PROTEÍNA	GRASA
Cuy	20,3%	7,8%
Conejo	20,4%	8,0%
Cabra	18,7%	9,4%
Ave	18,2%	10,2%
Vacuno	18,7%	18,2%
Porción	12,4%	35,8%
Ovino	18,2%	19,4%

Elaborado por: Delgado Acurio César Ricardo
Fuente: Castro, H. (2002).

1.2 Fundamentación epistemológica

Para fundamentar teóricamente esta investigación, se han revisado algunas variables que aportaran al desarrollo del presente trabajo:

Idea de Negocio

La idea de negocio es el producto o servicio que quiere ofrecer al mercado, el medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Becerra Primo, M. W. (2018). Según lo manifestado por el Autor Becerra el investigador comenta que una idea de negocio es muy importante siempre y cuando lleve un buen proceso al momento de desarrollarlo ya que de esto depende que se cumpla con éxito al momento de ofrecer el producto o servicio al mercado.

Segmento de Mercado

Es muy importante que la empresa defina muy bien el mercado al que se dirige o quiere dirigirse para poder estudiar a fondo las necesidades específicas del sector objetivo, siendo el cliente la base del negocio debe conocerse perfectamente. Ferreira Herrera, D. (2015).

Existen varios tipos de segmentos de mercado:

- Mercado de masas: público en general
- Nicho de mercado: segmentos específicos y especializados
- Mercado segmentado: segmentos con necesidades y problemas ligeramente diferentes.
- Mercado diversificado: dos segmentos con necesidades y problemas muy diferentes.
- Mercados multilaterales: dos o más segmentos de mercado independientes

Cadena de Valor

Las propuestas de valor son los bienes o servicio que se ofrecen. Las ventajas o valores que la empresa ofrece sobre otras para satisfacer las necesidades o problemas de un segmento de mercado determinado son los que ayudan a que el cliente escoja a uno u otro. Condoy Bello, T. J. (2021).

Los valores que se da al cliente pueden ser cualitativos o cuantitativos

Valores cuantitativos: Precio, velocidad del servicio, mejora del rendimiento, reducción de costos, reducción de riesgos, y similares.

Valores cualitativos: Diseño, experiencia del cliente, novedad, personalización, marca-estatus, accesibilidad, comodidad-utilidad, y similares.

Canales

Con los canales las empresas establecen contacto con los clientes, (canales de comunicación, distribución y venta). Son medios para dar conocer las propuestas de valor, ayudando a los clientes a evaluar las propuestas que se les ofrece y permitiéndoles comprar. Condoy Bello, T. J. (2021).

Los canales pueden ser propios o contratados Out-sourcing. Los propios a su vez pueden ser directos e indirectos, con las siguientes consideraciones:

Además, los canales pueden abarcar varias fases valor?

- Información: ¿Cómo damos a conocer los servicios y producto?
- Evaluación: ¿Cómo ayudamos al cliente a evaluar nuestras propuestas de valor?
- Compra: ¿De qué forma pueden los clientes comprar nuestros productos o servicios?
- Entrega: ¿De qué forma se hacen las entregas a los clientes?
- Postventa: ¿Qué servicios de postventa se ofrecen?

Relaciones con los clientes

La empresa debe tener claramente definida qué tipo de relación tiene y desea con cada segmento de mercado. Se pueden establecer varios tipos de relación con los clientes. Condoy Bello, T. J. (2021).

Asistencia personal: se basa en la interacción humana. El cliente puede comunicarse con un representante real del servicio.

Asistencia personal exclusiva: un representante real del servicio se dedica específicamente a un cliente determinado.

Autoservicio: la empresa no mantiene una relación directa con el cliente, se limita a proporcionar los medios necesarios para que el cliente se atienda.

Servicios automáticos: es un autoservicio con procesos automáticos. Los mejores servicios automáticos pueden simular una relación personal.

Fuentes de Ingreso

Detalla el flujo de caja que genera cada segmento de mercado y qué tipos de ingreso se reciben (por pagos de clientes, pagos periódicos por suministro de una propuesta de valor o un servicio postventa de atención al cliente). Condoy Bello, T. J. (2021).

Recurso Claves

Es necesario establecer minuciosamente cuáles son los recursos necesarios y cuáles se tienen para crear y ofrecer las propuestas de valor, distribuirlos y comunicarlos. Cabrera Castaño, M. J. (2011).

Los recursos se clasifican en:

Físicos: activos físicos (instalaciones, plantas, vehículos, maquinas, sistemas, puntos de venta, redes de distribución)

Intelectuales: difíciles de desarrollar (marcas, información privada, patentes, derechos de autor, asociaciones de clientes, bases de datos de clientes)

Humanos: en algunos modelos la parte humana tiene más importancia que en otros.

Actividades Claves

Son las actividades vitales para que el modelo de negocio funcione, son las que conducen o no al éxito de la empresa. La buena funcionalidad depende que la propuesta de valor se dirija por los canales adecuados, se establezcan las relaciones necesarias con los clientes y se perciban los ingresos esperados. Condoy Bello, T. J. (2021).

Estructura de Costes

Es fundamental conocer a plenitud los costos de la operación, pues sin importar el modelo, es siempre imprescindible tratar de minimizarlos. Al identificar actividades, asociaciones y recursos clave se hace más fácil determinar los costos

inherentes que implica la puesta en marcha del modelo de negocio de la empresa. Condoy Bello, T. J. (2021).

Los costos tienen las siguientes características:

- Costos fijos: no varían en función del volumen producido (salarios, rentas, instalaciones).
- Costos variables: varían proporcionalmente al volumen de producción (materia prima, combustible, materiales de oficina).
- Economías de escala: reducción de costos por alto volumen de producción. Costo unitario se disminuye a medida que el volumen de producción aumenta. Máximo aprovechamiento de los recursos (producción masiva, compra al por mayor de insumos).
- Economías de campo: se generan ventajas en costos por la ampliación del campo de acción. Compartir operaciones y recursos con un tercero para distintos fines (nuevas rutas de venta en zonas no habituales).

Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. La finalidad del estudio de mercado es demostrar que existe un número de individuos suficiente que justifica la ejecución del proyecto, este número de individuos objeto de estudio se llama población. Rosado Vaca, D. M. (2019).

Tipos de investigación de mercado: Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos.

Estudios cualitativos: se basan en el diseño de una investigación, la recogida, interpretación y el análisis de información cualitativa.

Estudio Cuantitativo: Estudios y mediación utilización de técnicas estadísticas y matemáticas con la utilización de la encuesta que sirve para la recolección de datos de la población.

El proceso de la investigación de mercado: Un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.

Población: Es un conjunto de individuos, grupos que poseen unas características similares en un lugar determinado, de los cuales se desea conocer algo dentro de una investigación.

Muestra: Es una parte del conjunto de individuos que se llevará a cabo en una investigación, el tamaño de la muestra depende de la precisión con que el investigador desea llevar a cabo su estudio.

Dentro del plan de negocios vamos a utilizar la fórmula matemática de la muestra que es la siguiente:

De donde:

Z = Nivel de Confianza

N= Población

p = Probabilidad que ocurra

q = Probabilidad que no ocurra

e = nivel de error

Definición del perfil de mercado. - Para ello previamente se debe segmentar el mercado, es decir, segmentar o dividir el mercado total que existe para el producto, y seleccionar el mercado o los mercados resultantes de dicha segmentación, que sean los más atractivos para incursionar, de acuerdo a la capacidad, conocimientos y experiencia.

Una vez seleccionado este mercado objetivo, se define el perfil del consumidor que lo conforma, es decir se analizará y señalará sus principales características como gustos, preferencias, etc.

1.3 Desarrollo económico local

El desarrollo económico local se puede definir como un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, nos encontramos ante un proceso de desarrollo local endógeno. La hipótesis de partida es que las localidades y territorios tienen un conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) y de economías de escala no explotadas que constituyen su potencial de desarrollo. Cada localidad o territorio se caracteriza, por ejemplo, por una determinada estructura productiva, un mercado de trabajo, una capacidad empresarial y tecnológica, una dotación de recursos naturales e infraestructuras, un sistema social y político, y una tradición y cultura. La condición necesaria para que aumente el bienestar local es que exista un sistema productivo capaz de generar economías de escala mediante la utilización de los recursos disponibles y la introducción de innovaciones. Documento de Antonio Vázquez Barquero (2000)

La producción está destinada a la venta, la clase de animal utilizado para este fin, es el cuy mestizo que es apto para diferentes condiciones bioclimáticas y tiene un rendimiento superior al cuy nativo. Para el suministro de alimento se cuenta con terrenos de cultivos, de especies forrajeras, generalmente alfalfa, vicia, cebada y avena.

Los objetivos del desarrollo económico local son el mejoramiento del empleo y la calidad de vida de la población de la comunidad territorial correspondiente y la elevación de la equidad social. Para lograr estos objetivos últimos se debe cumplir los siguientes objetivos específicos: Transformación del sistema productivo local, incrementando su eficiencia y competitividad, fomento de la diversificación productiva local e incremento del valor agregado en las actividades económicas locales; sostenibilidad ambiental de las actividades locales. Albuquerque, F. (1997).

Con el apoyo de varias organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, en las comunidades rurales del Ecuador se están implementando programas para

difundir y aplicar este sistema de crianza como una solución a los problemas socio-económicos de los campesinos.

Alburquerque, F. (2004). El desarrollo económico depende esencialmente de la capacidad para introducir innovaciones al interior de la base productiva y tejido empresarial de un territorio. Últimamente se señala que el desarrollo económico depende de la inversión de recursos financieros. Sin embargo, la disponibilidad de los mismos no es suficiente por sí sola, ya que pueden dirigirse hacia aplicaciones de carácter improductivo o especulativo, sin asegurar la inversión productiva real. Así pues, la orientación de los recursos financieros hacia la inversión productiva depende de otros factores básicos.

En la crianza comercial tecnificada la función es producir carne de cuy para la venta con el fin de obtener beneficios, por tanto, se emplea un paquete tecnológico en infraestructura, alimentación, manejo, sanidad, y comercialización. La cría se realiza en instalaciones adecuadas (las pozas de cría) que se construyen con materiales de proveniencia local. Los cuyes se agrupan en lotes por edad, sexo y clase, razón por la cual este sistema exige mayor mano de obra para el manejo y mantenimiento de las pasturas.

1.3.1 Estrategias de desarrollo económico local

Son multidisciplinarias, abarcando la promoción de las normas internacionales del trabajo, estrategias de empleo, protección social y el fortalecimiento del diálogo social a nivel local. Una primera aproximación metodológica se obtiene relacionando los conceptos de sociedad local y de desarrollo: «desarrollo de los recursos sociales, culturales y ecológicos de la sociedad local sociales, culturales y ecológicos de la sociedad local con el fin de satisfacer las necesidades humanas básicas. Palacio, J. R. S., Climent, V. C., & Catalá, A. E. (2021)..

Directrices para el diseño de políticas de desarrollo económico local según Alburquerque(2004)

- La selección, adaptación y difusión de las tecnologías más apropiadas para lograr los objetivos de desarrollo económico local.

- La formación de recursos humanos según los requerimientos de innovación de los diferentes sistemas productivos locales.
- La ampliación del mercado interno y la generación de empleo productivo vinculado a la necesaria atención de las necesidades básicas (lo que resulta urgente en sociedades con carencias acumuladas).
- La utilización de los diferentes esquemas de integración supranacional como plataforma para la paulatina exposición a las exigencias de la competitividad internacional.
- Fomento de la interacción creativa entre los agentes públicos y privados, a fin de construir la institucionalidad y “entorno territorial innovador” que faciliten el acceso a los servicios de desarrollo empresarial para las Mipymes locales.

1.3.2 El contexto sistémico de la productividad y la competitividad

La introducción constante de innovaciones tecnológicas y organizativas en la base productiva constituye, un elemento determinante del incremento de la productividad y la competitividad. La creciente globalización económica, el grado de exposición externa de las diferentes economías y las mayores exigencias de la pugna competitiva en los diferentes mercados acentúa la necesidad de innovaciones o adaptaciones en estos niveles. Esto quiere decir que, estimule el incremento de la eficiencia productiva y la competitividad en los diferentes mercados en los que las empresas despliegan sus operaciones. La competitividad se sustenta inicialmente en los factores explicativos de la productividad, esto es, en la incorporación de progreso técnico y organizativo en la actividad productiva, lo cual depende esencialmente de la gestión empresarial, la infraestructura tecnológica disponible, la calidad de los recursos humanos y las relaciones laborales, y el nivel de vinculación existente entre el sistema de educación y capacitación y el sistema productivo y empresarial. Albuquerque, F. (2004).

1.4 Proyectos Pecuarios Asociativos

La globalización económica brinda oportunidades de acceso a nuevos mercados como consecuencia de los avances en los flujos de información, tecnología y

capital, por otro, para el sector Pyme en particular, trae aparejado amenazas que exigen a las empresas un cambio de estrategias a fin de lograr una mayor eficiencia para afrontar la competencia. La Asociatividad se puede definir como un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial. Liendo, M. G., & Martínez, A. M. (2001).

La organización permite a los productores y productoras incrementar su poder de negociación ante los proveedores de insumos. La compra centralizada al por mayor, en lo posible a los primeros eslabones de la cadena de intermediación, posibilita la obtención de precios más bajos y, en muchos casos, la entrega de los productos en la misma comunidad, con un ahorro adicional por concepto de transporte. Otra ventaja de la organización es que facilita el acceso a los servicios de apoyo a la producción (financiamiento, seguro agrícola, asistencia técnica, entre otros). Es mucho más factible obtener un servicio en grupo que individualmente, ya que de esta manera se reducen los costos de transacción y se agilizan los procedimientos de prestación de los mismos. LA FAO, U. C. E. (2019).

El mercado de cuyes, está en crecimiento, por lo que sí se brinda una correcta capacitación en la crianza de cuyes, se podrá mejorar la calidad del mismo, permitiendo tener una mayor aceptación en el mercado, adicional se podrá generar fuentes de empleo que permita, un desarrollo social y económico de la comunidad.

La asociatividad es un proceso bastante complejo que abarca una considerable gama de posibilidades, pero siempre persigue como objetivo fundamental unir fuerzas para alcanzar el éxito conjunto. Previamente al desarrollo de modalidades de asociación es necesario que se den ciertas condiciones específicas que permitan la sustentabilidad de las mismas. Entre los requisitos más importantes podemos señalar: proyecto común, compromiso mutuo, objetivos comunes, riesgos compartidos sin abandonar la independencia de cada uno de los participantes. Liendo, M. G., & Martínez, A. M. (2001).

Para poder cubrir con la demanda actual del cuy, es necesario implementar una cadena productiva, ya que en la actualidad, el Gobierno a través de Programas de

Desarrollo, ayuda a grupos comunitarios organizados, con el objetivo de promover el desarrollo rural sostenible.

1.4.1 Proyectos pecuarios

El proyecto agropecuario es una herramienta administrativa que a partir de una idea define objetivos, metas, actividades, tiempos y presupuestos.

En un proyecto se tienen en cuenta los aspectos técnicos, económicos y financieros. También deben definirse las inversiones y las fuentes de financiación. El objetivo es el de plantear la producción agropecuaria desde una visión más empresarial y menos “al azar” ya que de por sí, el negocio agropecuario está inmerso en diversidad de factores de alto riesgo. Castaño Rocha, A. M. (2018).

Con lo expuesto anteriormente se define a la producción agropecuaria que comprende una serie de pasos con el fin de ser altamente productiva y de calidad. Muchas veces estos procedimientos son implementados por los productores, con una escasa planeación, desconocimiento de los costos de producción, fuentes de financiación y otros elementos fundamentales en la administración de empresas agropecuarias. Es por ese motivo que es de gran importancia definir objetivos, metas y sobre todo actividades, para no realizar el proyecto de manera empírica.

Martínez-Castillo, R. (2009). Menciona: “La agricultura y el desarrollo sostenible se refieren a la necesidad de minimizar la degradación de la tierra agrícola, maximizando a su vez la producción. Este considera el conjunto de las actividades agrícolas, como el manejo de suelos y aguas, el manejo de cultivos y la conservación de la biodiversidad; considerando a su vez el suministro de alimentos y materias primas. La sostenibilidad de los sistemas de producción agrícola se refiere a la capacidad del sistema para mantener su productividad a pesar de las perturbaciones económicas y naturales, externas o internas. La sostenibilidad es función de las características naturales del sistema y las presiones e intervenciones que sufre, así como aquellas intervenciones sociales, económicas y técnicas que se hacen para contrarrestar presiones negativas; destacándose la resiliencia del sistema.”

Una agricultura socialmente aceptable, se adecuan a las condiciones de los pequeños productores y pueden ser manejados por éstos de manera conjunta con

los proyectos pecuarios y permitir un desarrollo equitativo y amigable con el ambiente, obteniendo beneficios de ambas partes.

1.5 Modelo de gestión

Un Modelo de Gestión Comercial Asociativa, es una propuesta que plantea, lineamientos para legalizar su organización y estrategias de comercialización que permita vender la producción de cuyes, a un precio justo que ayude a mejorar las condiciones de vida del productor, en condiciones favorables y por canales directos sin de los intermediarios. Oleas Baquero, C. I. (2017).

Implementar el Modelo de Gestión Comercial Asociativo, para los productores de cuyes, como una propuesta estratégica, facilita legalizar su organización, enfrentar el problema de la comercialización bajo lineamientos técnicos que permitan vender su producción, a un precio justo y en condiciones favorables para los productores en su afán de mejorar sus condiciones de vida a través de esta actividad. Oleas Baquero, C. I. (2017).



*Gráfico 6. Modelo de Gestión Comercial Asociativa
Elaborado por: Delgado Acurio César Ricardo
Fuente: Marketing del siglo 21(Rafael Muñiz)*

Si bien la implementación del modelo puede ser apoyada por agentes externos los productores involucrados, no pueden reemplazar la participación directa de ellos, así como su involucramiento en todos los procesos de decisión. Es importante que

se establezcan roles y responsabilidades de sus integrantes, a la vez que se generen y fortalezcan relaciones de confianza al interior de ella, así como el compromiso de cada uno de los integrantes con la organización, de modo que se privilegien las decisiones que benefician al grupo, por sobre los intereses individuales. Finalmente, se destaca el efecto integrador que ha tenido la realización de los proyectos precursores, en términos de vincular a los agricultores con organizaciones del Estado e investigadores de distintas partes del país. Salinas, M., & Loyola, C. (2010).

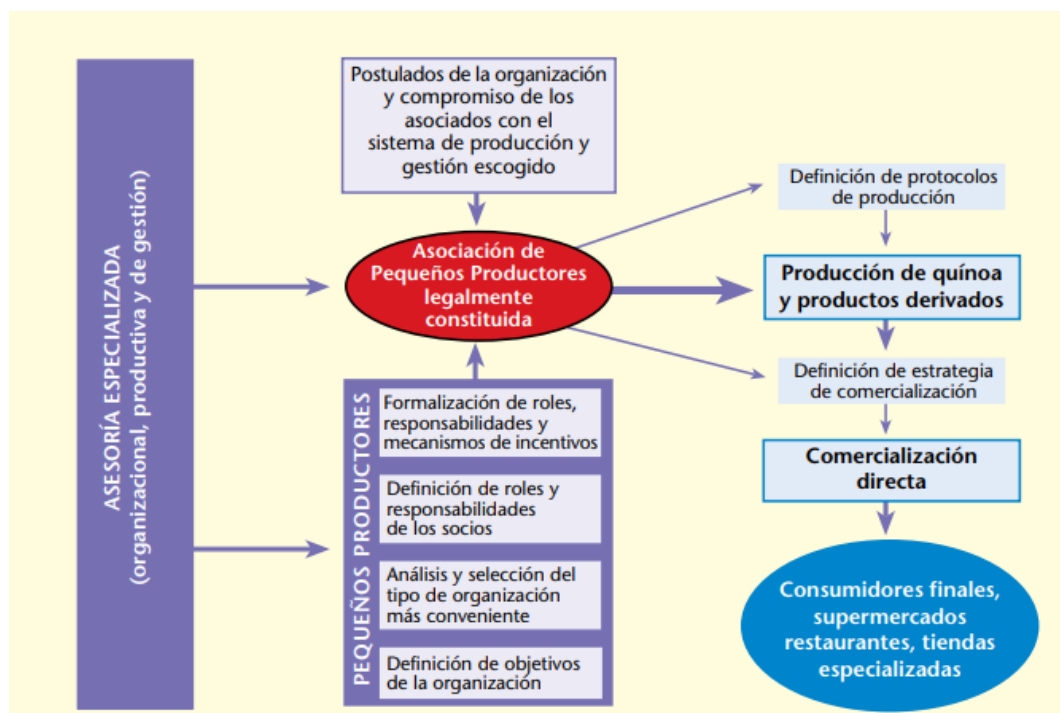


Gráfico 7. Modalidad operativa del modelo de gestión
 Elaborado por: Delgado Acurio César Ricardo
 Fuente: Salinas, M., & Loyola, C. (2010).

Políticas públicas

Dentro de los organismos públicos se puede citar a MAG (2020) dentro de su Programa Nacional De Negocios Rurales Inclusivos (PRONERI). Es un programa emblemático del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAG), y de la Agencia Nacional para la transformación productiva, cuyo objeto general es fomentar iniciativas de articulación productivas y comerciales entre pequeños productores y empresas agroindustriales (empresas anclas) que contribuyan al “Buen Vivir Rural.”

Los objetivos del Programa Nacional de Negocios Rurales Inclusivos son:

- Fomentar el emprendimiento y la asociatividad de los pequeños productores agropecuarios.
- Fortalecer a las empresas Asociativas Rurales.
- Propiciar la organización y articulación sostenible de pequeños productores con asociaciones agro-productivas.
- Facilitar al pequeño productor la introducción, adaptación y adopción de tecnologías.
- Mejorar la competitividad de pequeños productores.
- Generar, fortalecer y formalizar relaciones comerciales entre pequeños productores y empresas.

1.6 Conclusiones Capítulo I

- El presente proyecto de investigación propone diseñar un Modelo de Gestión Asociativa, que plantea lineamientos para legalizar la organización y estrategias de comercialización que permita vender la producción de cuyes, a un precio justo, y así mejorar las condiciones de vida del productor, en condiciones favorables y por canales directos sin intermediarios.
- El diagnóstico situacional permite identificar las condiciones y situación actual de los productores de cuyes en los ámbitos específicos de intervención del proyecto; que identifiquen acciones que contribuyan al fortalecimiento de las capacidades en los productores.
- Estas propuestas de índole social, contribuirá al mejoramiento de las capacidades de los productores, en el uso racional de recursos, como también en el crecimiento de utilidades económicas con el fomento de la asociatividad en redes en las cadenas productivas conformadas a nivel del Gobierno Provincial de Cotopaxi.

CAPÍTULO II

2 TÍTULO DEL PROYECTO.

Estrategias para el fortalecimiento de la producción asociativa de la crianza de cuy en beneficio de la parroquia Juan Montalvo, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi

2.2 Objetivos

Diseñar estrategias para el fortalecimiento del modelo de gestión asociativa como condición necesaria para la asociatividad de la crianza de cuy en beneficio de la parroquia Juan Montalvo, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

2.3 Justificación

El propósito de este trabajo es el incremento de los beneficios económicos de las familias dedicadas a la crianza de cuyes en la parroquia Juan Montalvo, entendiéndose como beneficios económicos tanto a los beneficios privados, como a los beneficios sociales. Los beneficios privados comúnmente utilizan como indicadores en proyectos productivos los siguientes: Ingresos por venta de cuyes o utilidades netas, valor actual neto y tasa interna de retorno. Adicionalmente, el proyecto considera como indicadores de los beneficios sociales, el incremento del consumo por familia /año para fines de alimentación o el uso de los cuyes en manifestaciones culturales (medianos, fiestas y ritos de sanación). Para esto se tendrá que realizar un estudio de mercado, usar herramientas estadísticas, marketing; para poder ver el posicionamiento del producto, además se tendrá que usar herramientas logísticas que nos permitirán usar las mejores técnicas para el flujo del producto.

El modelo que se pretende diseñar aspira a ser una base para modelos futuros, de manera que este se pueda difundir a distintos parámetros para distintos objetivos de producción, para la elaboración del plan, recolección de datos e información para luego poderlos procesar, analizar y ver la factibilidad de la producción y comercialización de la carne de cuy.

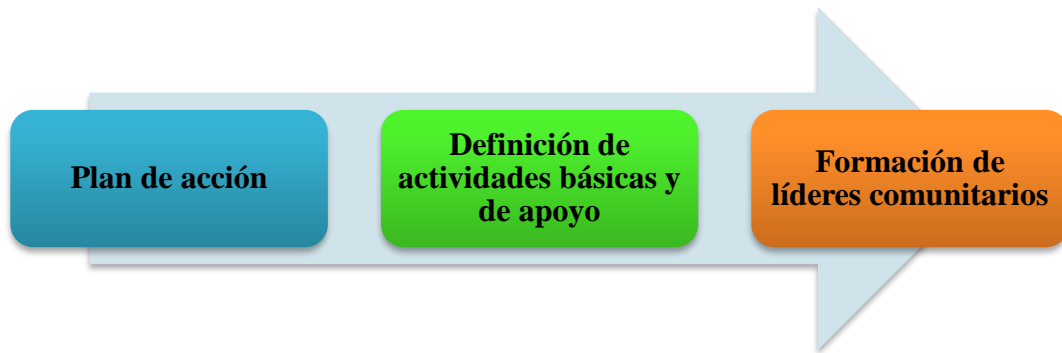
Este trabajo de investigación tiene como fin demostrar que la carne de cuy es un producto lo suficientemente competitivo para incursionar en el mercado nacional e internacional. Este trabajo proporcionará las herramientas necesarias a los emprendedores o inversionistas para tomar decisiones sobre incursionar en este mercado.

2.3.1 Metodología aplicada

El desarrollo de la investigación es de carácter cuantitativo, por lo cual se partió desde la aplicación de una encuesta estructurada con preguntas cerradas, dirigida a los pequeños productores de esta parroquia. Los datos recopilados fueron tabulados en tablas de distribución de frecuencia, representados en gráficos de barras y con el análisis e interpretación de los resultados generados.

A través del mismo se realizó un análisis del entorno a través de la metodología de Análisis de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, las que permitieron determinar y analizar los factores económicos, político legal, tecnológico y socio-cultural que influyen en el desarrollo socioeconómico de la parroquia Juan Montalvo.

A continuación, se realizó un estudio que permitió determinar la necesidad de la asociatividad y un adecuado modelo de gestión en la concepción del desarrollo económico territorial en dicha parroquia, Considerando la información recogida se desarrolló la propuesta de Asociatividad en red como estrategia para el desarrollo económico de la parroquia Juan Montalvo, considerando los siguientes elementos:



*Gráfico 8. Elementos que conforman la propuesta
Elaborado por: Delgado C. (2021)*

2.3.2 Ubicación geográfica del caso de estudio

La parroquia Juan Montalvo se encuentra en la parte Oriental de la cabecera Cantonal de Latacunga, siendo sus límites los siguientes:

- Norte :** Parroquias San Buenaventura y Aláquez
- Sur :** Parroquias La Matriz e Ignacio Flores
- Este :** Provincia de Napo
- Oeste :** Parroquia La Matriz



*Gráfico 9. Ubicación geográfica
Fuente: INEC
Elaborado por: Delgado C. (2021)*

La parroquia Juan Montalvo, dentro de su área geográfica, cuenta con una totalidad de 26 barrios, de los cuales 20 se encuentran en el sector rural, dedicados a la producción agropecuaria, y 6 se encuentran en el cinturón urbano.

2.3.2 Cálculo de la muestra

El presente cálculo de muestra, representa los datos de productores de la Parroquia Juan Montalvo del Cantón Latacunga, para poder visualizar sus características a fin de enmarcar la investigación realizada y los resultados obtenidos

Tabla 3. Población de la Parroquia Juan Montalvo

No	Barrio/ comunidad	No. Jefes familia	Promedio miembros por familia (5 personas)
1	Igllagua	40	200
2	Juan Pablo II	40	200
3	Pichalo	80	400
4	Chitan el Rosario	100	500
5	Cundualo	131	655
6	Colatoa Grande	140	700
7	Loma de Alcoceres	40	200
8	Pusuchisi	200	1000
9	Santa Marianita	40	200
10	Laipo Grande	80	400
11	Laipo Chico	80	400
12	Panguigua Grande	80	400
13	Panguigua Chico/hno. Miguel	45	225
14	Saragosin	64	320
15	San Agustin	10	50
16	Yugsiloma	120	600
17	San Marcos Chico	60	300
18	San Marcos Centro	60	300
19	San José Ejido	80	400
20	Isimbo 2	60	300
	Subtotal de población rural	1550	7750
21	La Cocha/urbano	300	1500
22	San Sebastian/urbano	350	1750
23	Juan Jontalvo/urbano	250	1250
24	Alsacia/urbano	200	1000
25	Isimbo 1/urbano	45	225
26	San Martin/urbano	160	800
	Subtotal de población urbana	1305	6525
	Total	2855	14275
	Rural %	54,29	54,29
	Urbano %	45,71	45,71

Fuente: MAG, 2020

Elaborado por: Delgado C. (2021)

Fórmula:

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

Dónde:

Z=Nivel de confianza

N = Universo o población

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación (precisión en los resultados)

n = Número de elementos (tamaño de la muestra)

Los datos que se utilizaron para el cálculo del tamaño de la muestra fueron:

Z = 95%

N = 2855

p = 0,50

q = 0,50

e = 0,05

Número de encuestas para el cantón de Latacunga

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

$$n = \frac{1,96^2 * (0,50) * (0,50) * 2855}{0,05^2(2855 - 1) + 1,96^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{2741,942}{8,0954}$$

De las 339 encuestas que se debe aplicar en el trabajo de investigación, se realizó a las autoridades, como personas dedicadas a la crianza del cuy.

2.3.3 Análisis e Interpretación de Resultados

1. Actividad

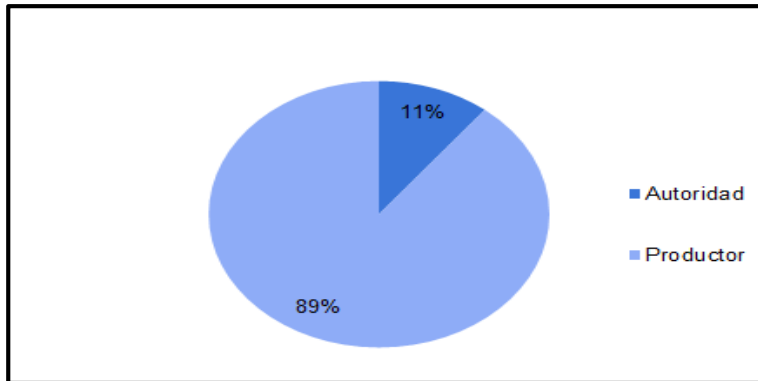


Gráfico 10. Actividad
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: El 89% de los encuestados son productores de cuyes, mientras que el 11% son autoridades de la parroquia, lo que demuestra que existe un porcentaje considerable que se dedica a la crianza de cuyes.

2. Estado Civil

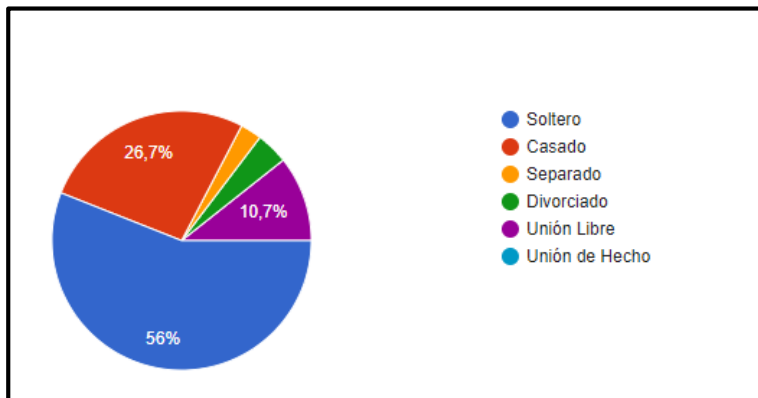


Gráfico 11. Estado Civil
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: El 56% de los encuestados tienen unión de hecho, mientras que el 26,7% son casados, el 10,7% tienen unión libre lo que demuestra que existe un porcentaje considerable de matrimonios informales, donde la filiación se obtiene mediante el reconocimiento mutuo de la pareja.

3. Género

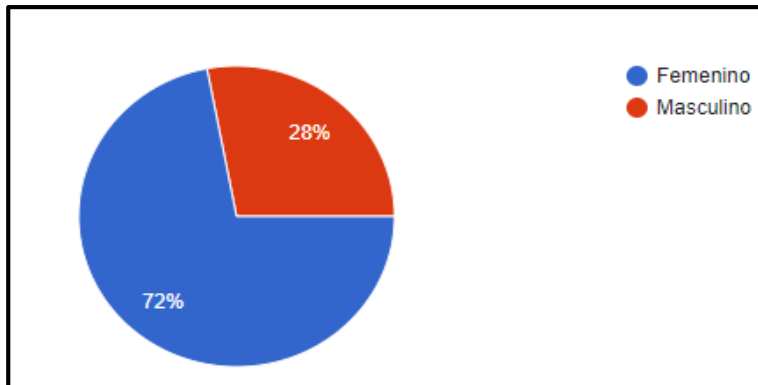


Gráfico 12. Género
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: En la presente investigación, la participación del género femenino es muy significativa como así lo demuestran el 72% de involucradas, solamente el 28% de los hombres tienen esta actividad económica como parte de su ocupación. Existe una mayoría en cuanto a las mujeres debido a que están dedicadas todo el tiempo a la crianza de cuyes. En relación a los hombres que tienen otras ocupaciones de mayor interés.

4. Cargas Familiares

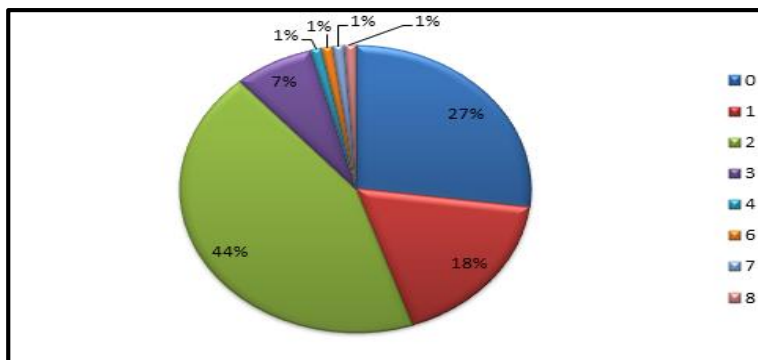


Gráfico 13. Cargas Familiares
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: En la presente investigación, la encuesta realizada a jefes de familia tienen 44% de 2 cargas familiares, el 27% no tienen cargas familiares, el 18% tienen 1 carga familiar y el 7% tienen 3 cargas familiares, y el 1% oscila entre 4 a 8 cargas familiares. Tomando en cuenta que hay un gran porcentaje de familias de unión de hecho.

5. Proyecto Productivo

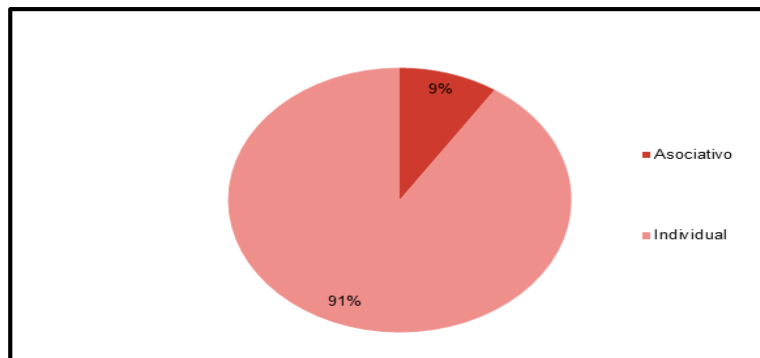


Gráfico 14. Proyecto Productivo
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: El 91% de los encuestados tienen proyectos individuales de crianza de cuyes, mientras que el 9% incursionan en proyectos asociativos.

6. ¿Dentro de qué rango de edad se encuentra?

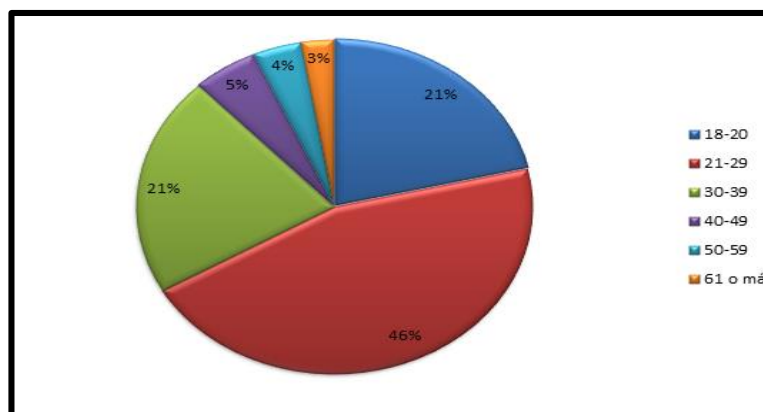


Gráfico 15. Edad
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: Según las encuestas realizadas los 46% de las personas productoras de cuyes tienen una edad promedio entre 40 a 49 años entre hombres y mujeres, mientras que el 21% son personas que oscilan de 18 a 29 años y de 30 a 39 años, respectivamente entre su rango de edad. Mientras que las personas de edad de 40 a 61 años y en adelante no se dedican mucho a la actividad de crianza de cuyes.

7. ¿Cuál es su Nivel de Educación?

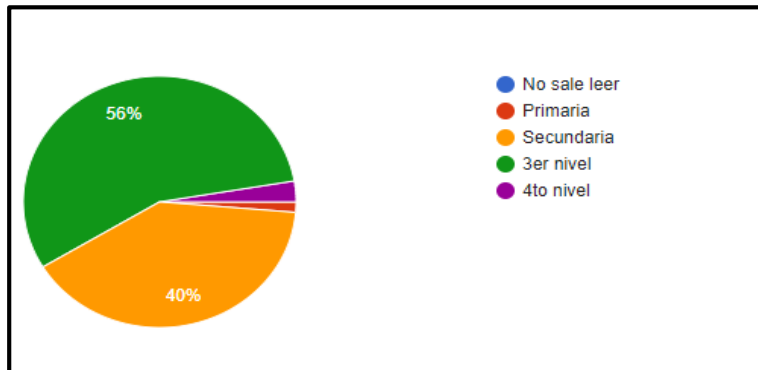


Gráfico 16. Nivel educativo
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: Según las encuestas realizadas los 56% de los encuestados los productores de cuy tienen tercer nivel de educación en áreas de agricultura y veterinaria, mientras que el 40% son personas que tienen estudios de secundaria. Y un pequeño porcentaje presentan estudios de primaria y cuarto nivel. Lo que demuestra que no existe analfabetismo en los productores.

8. ¿Cuál es su Nivel de Ingresos?

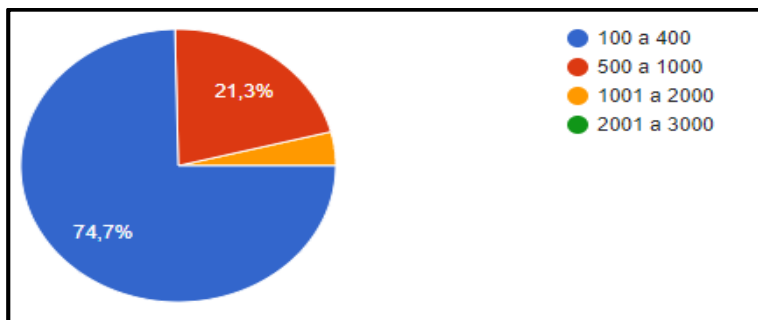


Gráfico 17. Ingresos
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: Según las encuestas realizadas el 74,7% obtiene ingresos de \$100 a \$400 mensuales en crianza de cuyes y animales menores, el 21,3% obtienen ingresos de \$500 a \$1000 dólares mensuales en crianza de cuyes y animales menores y el 4% obtiene ingresos de \$1001 a \$2000 mensuales en crianza de cuyes y animales menores.

9. Producción: Números de cuyes

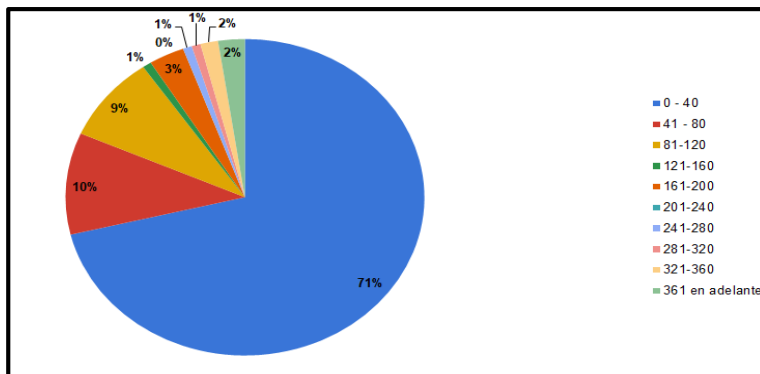


Gráfico 18. Número de cuyes
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: En la presente investigación la producción de cuyes el 71% produce hasta 41 cuyes mensuales, el 10% produce hasta 200 cuyes mensuales el 9% hasta 120 cuyes mensuales, el 3% produce hasta 80 cuyes mensuales, el 2% produce más de 361 cuyes.

10. Producción: Total Venta semanal

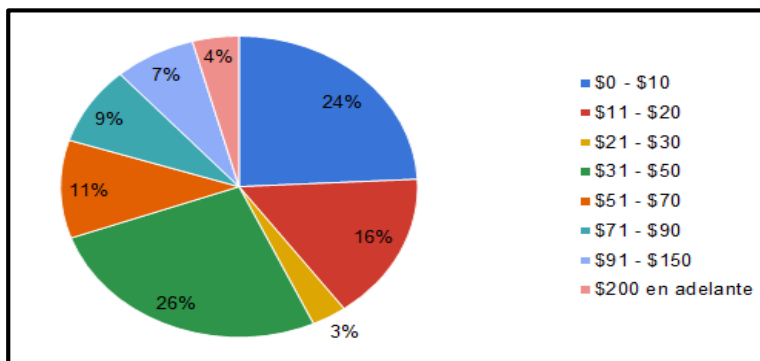


Gráfico 19. Venta semanal
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: En la presente investigación los comercializadores de cuyes venden entre \$31 y \$50 dólares semanalmente siendo el 26%; el 24% de los comercializadores de cuyes venden entre \$0 y \$10 dólares semanalmente; el 16% de los comercializadores de cuyes venden entre \$51 y \$70 dólares semanalmente en cambio tan solo un 4% se venden \$ 200 semanalmente. Según la encuesta realizada las personas comercializan hasta cinco cuyes por semana. Ya que no todo el tiempo están dedicados a esta actividad. Mientras que solo hay un 4% que si se dedican a esta actividad a tiempo completo y venden hasta 20 cuyes semanalmente.

11. Producción: Consumo semanal

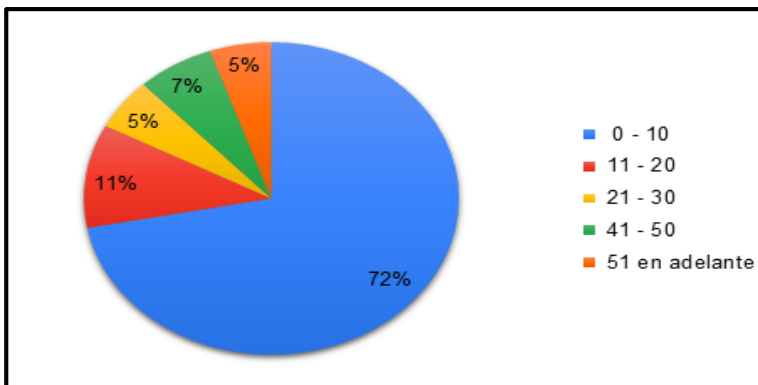


Gráfico 20. Consumo semanal
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: En la presente investigación el 72% vende hasta 10 cuyes a la semana, el 11% vende hasta 20 cuyes a la semana, el 7% vende hasta 50 cuyes a la semana, y el 5% vende más de 51 cuyes en la semana.

12. Producción: Asistencia técnica Tradicional

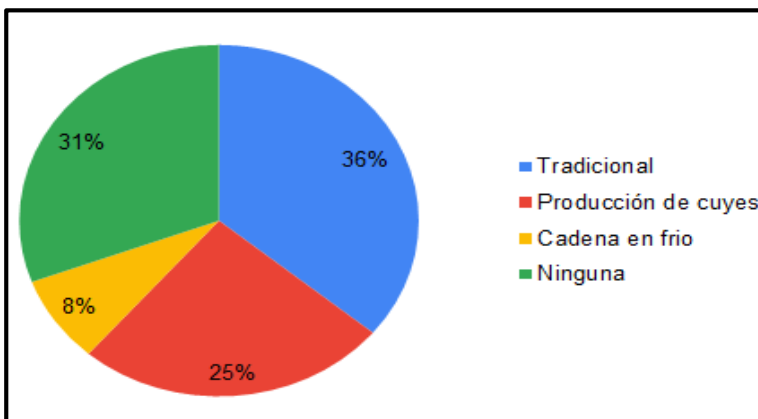


Gráfico 21. Asistencia técnica Tradicional
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: Como se puede apreciar en la encuesta tenemos que el 36% tiene asistencia técnica para la crianza del cuy mientras que el 31% no tiene ninguna asistencia. El 25% tiene asistencia técnica tecnificada y un 8% lo realiza en cadena en frío.

13. Transformación

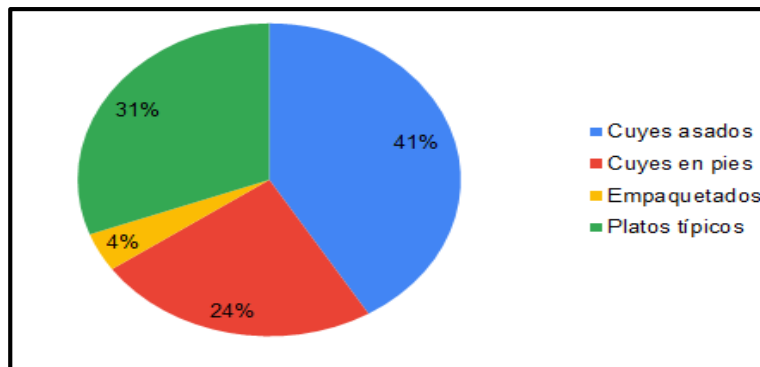


Gráfico 22. Transformación
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: En la presente investigación se observa que la presentación de venta de las crías menores en un 41% se vende en asados, y que el 31% los vende en platos típicos, el 24% en pies (vivos), y un pequeño porcentaje del 4% lo venden empaque.

14. Comercialización

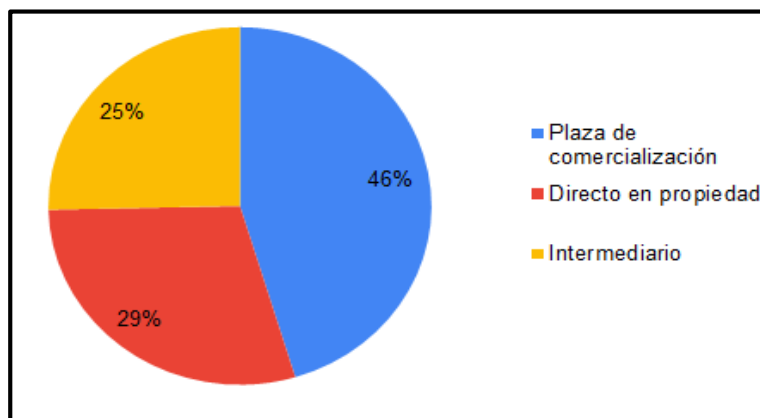


Gráfico 23. Comercialización
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: El 46% de los productores comercializan los cuyes en plazas de comercialización, mientras que el 29% se venden los por medio de intermediarios y el 25% son vendidos directos en la propiedad.

15. Precio

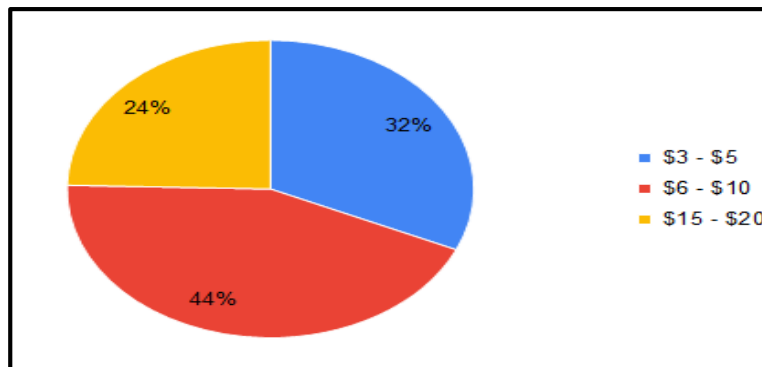


Gráfico 24. Precio
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: Según las encuestas realizadas a las familias de la parroquia de Juan Montalvo venden los cuyes en un valor promedio de 6 a 10 dólares ocupando el 44% de la actividad, en cambio de 3 a 5 dólares son el 32% y el 24% son de 15 a 20 dólares.

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

16. Capacitaciones

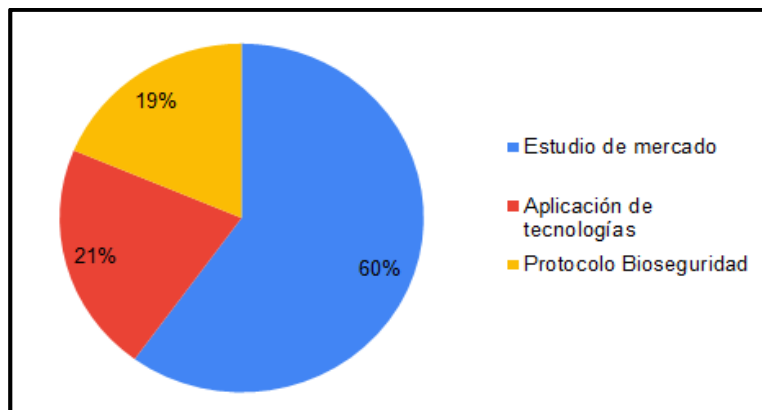


Gráfico 25. Capacitaciones
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: Según las encuestas realizadas a los jefes de familias de la parroquia de Juan Montalvo el 80% requiere capacitaciones en el estudio de mercado para la venta de animales menores como los cuyes, el 21% requiere capacitaciones en la aplicación de tecnologías y el 19% requiere capacitaciones en protocolo de bioseguridad.

17. Convenio Actores Públicos

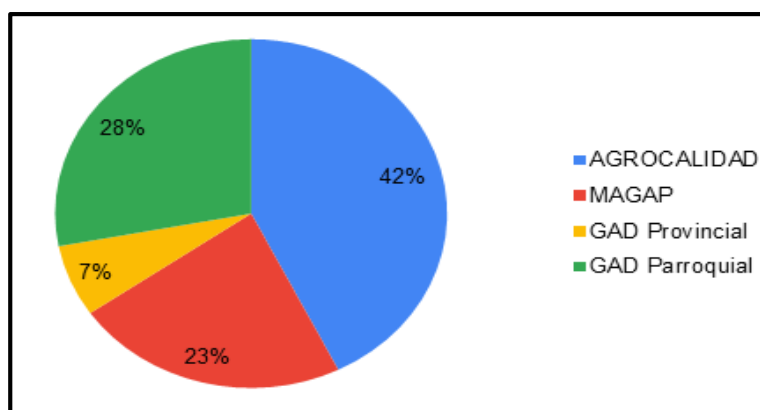


Gráfico 26. Convenio actores públicos
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: Los productores indican que si tienen capacitaciones y asistencia técnica por parte de distintas organizaciones el 42% de capacitaciones las realiza Agrocalidad, el 28% el GAD parroquial, el 23% el MAG; el 7% restante señala que las capacitaciones son del GAD provincial.

18. Canales de comercialización

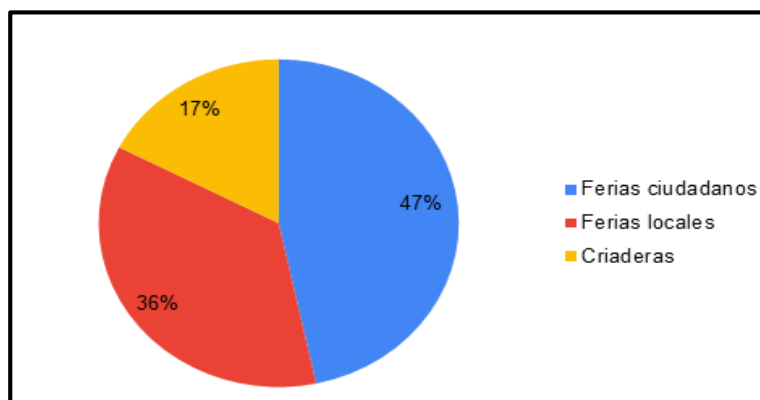


Gráfico 27. Canales de comercialización
Elaborado por: Delgado C. (2021)

Análisis: Al consultar sobre los canales de comercialización, el 47% de las personas encuestadas indicaron que los principales canales de comercialización son las ferias ciudadanas, el 36% opinan que son las ferias locales y el 17% opinan que mediante criadoras.

Estos resultados revelan la falta de modelo de gestión que existe sobre el tema en contexto; por lo cual, se plantea la necesidad de diseñar estrategias que brinde las directrices necesarias para fomentar un trabajo participativo en la organización y con un adecuado modelo de gestión entre sus miembros.

Con relación a las debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas, la asociación presenta los siguientes elementos:

Para determinar los factores que influyen en la creación de una escuela permanente de formación de líderes comunitarios se utilizó la matriz FODA, la cual permitió determinar;

Tabla 4. FODA

Fortalezas	Oportunidades
Productores y comercializadores organizados.	Participación en ferias.
Diversidad de productos empíricos.	Visitas de turistas.
Uso de materiales libres de contaminantes.	Legislación que impulsa el desarrollo económico y sus formas de agrupación.
Crianza de calidad	Poder de expansión en el mercado nacional.
	Iniciativa de la escuela permanente de formación de líderes comunitarios.
Debilidades	Amenazas
Falta de líderes comunitarios.	Cambios constantes de políticas económicas y tributarias.
Desconocimientos de herramientas técnicas para dar a conocer sus artículos.	Requisitos legales para la creación de la escuela permanente de formación de líderes comunitarios
Falta de financiamiento para poner en marcha proyectos.	Inestabilidad política.
Los habitantes tienen un bajo nivel económico.	

Elaborado por: Delgado C. (2021)

2.3.4 Caracterización del territorio

2.3.4.1 Análisis del macro ambiente

Para efectuar el análisis del macro ambiente se utilizó matrices de evaluación, las cuales permiten recoger y analizar los factores económicos, político legal,

tecnológico y socio-cultural, lo que permitirá fijar oportunidades y amenazas que existen en la parroquia Juan Montalvo y que influyen en la creación de la escuela de líderes comunitarios.

2.3.3.2 Factores económicos

En la siguiente tabla se describe los factores económicos y su comportamiento con base en la información tomada del Banco Central del Ecuador.

Tabla 5. Factores económicos

Factores	Comportamiento	Resultado	Datos
Inflación	Ascendente	Se registra inflación	0.12% (enero 2021)
Tasa de interés activa	Descendente	La tasa de interés activa es descendente.	8,12 (marzo 2021)
Tasa de interés pasiva	Ascendente	La tasa de interés pasiva referencial tiene un comportamiento ascendente.	5.53 Tasa legal 8.12
PIB	Descendente	El PIB es descendente lo cual provoca una contracción económica	108,108 (2019)
Riesgo país	Constante	El Riesgo país es relativamente alto, lo que requiere que el rendimiento compense este riesgo para poder atraer inversiones	1226 (20-02-2021)

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2021)

Elaborado por: Delgado C. (2021)

Los factores económicos son dinámicos y cambiantes; por lo cual, según el caso pueden influir de manera positiva en el desarrollo económico de una zona determinada. Para el caso de estudio, un factor relevante es la tasa de interés para acceder a los créditos, tomando en cuenta que para desarrollar un proyecto social se puede acceder a un préstamo bancario a una tasa de interés más baja.

2.3.3.3 Factores político-legales

Ecuador ha avanzado en materia político – legal a partir de la promulgación de la constitución del año 2008, donde resaltan los siguientes artículos:

Tabla 6. Constitución del Ecuador

Artículo	Descripción
Art. 275	El régimen de desarrollo: Se denomina al conjunto de sistemas económicos, políticos, socioculturales y ambientales, los mismos que son establecidos para poder garantizar el buen vivir.
Art. 276	Se establecen los objetivos del régimen de desarrollo, donde el numeral 1, determina que la constitución aporta a mejorar la esperanza y calidad de vida, aumentando las capacidades y potencialidades de la población.
Art. 277	Referente a los deberes del estado, se establece en el numeral 6 que se debe tomar en cuenta la tecnología, la ciencia, las artes, los saberes ancestrales y todas las actividades relacionadas a la iniciativa de la creativa comunitaria, asociativa, cooperativa o privada.
Art. 283	El sistema económico está integrado por organizaciones que determine la constitución que pueden ser: pública, privada, mixta, popular y solidaria. La economía popular y solidaria incluye a los sectores como: asociativos, comunitarios y cooperativistas.
Art. 319	Se establece que existen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre ellas se encuentra las empresariales públicas o privadas, asociativas, comunitarias entre otras.

Fuente: Constitución del Ecuador (2008)

Elaborado por: Delgado C. (2021)

En el mismo contexto, existe la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria en la cual se establecen los siguientes aspectos:

Tabla 7. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Artículo	Descripción
Art. 1	Se denomina economía popular y solidaria a la organización económica donde de manera individual o colectiva los integrantes desarrollan procesos de producción, comercialización, intercambio y financiación y consumo de bienes y servicios, con el fin de satisfacer necesidades y generar ingresos, en relación a la cooperación y solidaridad, dando privilegios al trabajo del ser humano en busca del buen vivir
Art. 2	Se puede determinar que las formas organizativas de la economía popular y solidaria son las pertenecientes al sector: comunitario, asociativo, cooperativo que estén relacionados con la producción, consumo, vivienda, ahorro, crédito y servicios; también se consideran las unidades económicas y populares.

Fuente: Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011)

Elaborado por: Delgado C. (2021)

En Ecuador, su principal propósito es fomentar el desarrollo socioeconómico de toda su población a través de la promulgación de políticas públicas, leyes y reglamentos que brinden las directrices necesarias para que la ciudadanía

desarrolle su capacidad emprendedora con la finalidad de mejorar su calidad de vida y la de su familia, a través del uso de la tecnología, la ciencia, las artes, los saberes ancestrales y todas las actividades relacionadas a la iniciativa de la creativa comunitaria, asociativa, cooperativa o privada.

2.3.3.4 Factores tecnológicos

Los factores tecnológicos, según lo indicado por el Concejo Parroquial de Juan Montalvo la mayoría de los barrios que integran esta parroquia tienen acceso a energía, la parroquia, con una extensión de más de 11 mil hectáreas, de las cuales en un 95% están la parte rural, a ello se suma que se estima una población de alrededor de 35 habitantes, de los cuales 24 mil tienen el carácter de electores, acotó que son 34 los barrios, pero que las competencias de la municipalidad de Latacunga se delimitan a tan solo cuatro barrios como son Locoá, La Cocha, San Martín y San Sebastián.

Tabla 8. Factores tecnológicos

Factores	Descripción
Energía	34 los barrios, pero las competencias de la municipalidad de Latacunga se delimitan a tan solo cuatro barrios como son Locoá, La Cocha, San Martín y San Sebastián.
Conectividad	El 66 % de la población de la parroquia cuenta con telefonía fija, especialmente en el Centro Parroquial y barrios cercanos. La telefonía móvil es más difundida especialmente en la población joven y adulta.
Internet	El acceso a internet por parte de la población, es limitado, especialmente en sectores alejados al centro parroquial.

Elaborado por: Delgado C. (2021)

2.3.3.5 Factores socio-cultural

La Municipalidad de Latacunga es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central. Está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el Alcalde y de carácter legislativo, conformado por los miembros del concejo cantonal. El

Alcalde es la máxima autoridad administrativa y política del Cantón Latacunga. Es la cabeza del Cabildo y representante del Municipio.

El cantón se divide en parroquias que pueden ser urbanas o rurales y son representadas por los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales ante el Municipio de Latacunga; el cantón tiene las siguientes parroquias urbanas: La Matriz, Eloy Alfaro (San Felipe), Ignacio Flores (La Laguna), Juan Montalvo (San Sebastián) y San Buenaventura.

Dentro de este contexto el gobierno local es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Latacunga, al que pertenece la parroquia Juan Montalvo, la misma que es considerada urbana y rural; sin embargo, de ser también rural, al ser designada como parroquia urbana, no tiene la representatividad de una Junta Parroquial o GAD Parroquial, como sucede con las parroquias rurales del cantón Latacunga. Esta es una de las características que convierte a esta parroquia en un bastión político y que exige atención a través del GAD Municipal.

La parroquia se encuentra en la zona centro del Ecuador, en la Región Interandina, al sureste de la provincia de Cotopaxi, al sur del volcán Cotopaxi. La ciudad se ha extendido sobre su eje longitudinal: el río Cutuchi y la vía Panamericana atraviesan la ciudad y la dividen en dos partes, siendo la parte oriental más poblada y extensa.

Política y administrativamente, la parroquia está conformada por barrios urbanos y rurales; estos últimos son más numerosos en cuanto a extensión territorial y capacidad productiva, además son los que más aportan con productos de consumo masivo a los mercados de la ciudad de Latacunga y luego son repartidos por los intermediarios a otros lugares del país en especial a los mercados de la costa ecuatoriana.

2.3.3.6 Educación

En este territorio se encuentran cerca de Unidades Educativas, así como también a la Universidad Técnica de Cotopaxi, la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y varios Institutos Superiores como el Tecnológico Territorial, Vicente

León, Victoria Vásconez Cuvi, con una distancia de 14 kilómetros promedio, lo que permite un acceso a una educación superior destacada.

2.3.3.7 Vialidad

Cuenta con una carretera de ingreso a la cabecera parroquial de primer orden, el resto del territorio cuenta con vías de segundo orden en un 90%, lo que ha permitido que posea servicio de buses inter cantonales hacia y desde Latacunga, también tiene el servicio mixto de transporte en camionetas, permitiendo una fluida movilidad de sus habitantes de lunes a domingo, incrementándose notablemente los días de feria y feriados.

La Parroquia Juan Montalvo está dividida en dos zonas: rural y urbana; cada una está conformada por barrios, y por la cercanía a la ciudad, tienen menor o mayor número de habitantes, como el barrio Pusuchisí que tiene el mayor número de habitantes; igualmente el barrio Colatoa, que se encuentra a máximo 10 minutos de la ciudad, mientras que el que menos habitantes tiene es San Agustín y está ubicado en la parte alta, en los límites de la zona de páramo.

2.3.3.8 Servicios Básicos

La parroquia en su totalidad cuenta con el servicio de luz eléctrica, pero no sucede lo mismo con el servicio de agua potable; de este servicio se benefician pocos barrios, especialmente los urbanos, mientras que los barrios rurales tienen apenas agua entubada que es tomada directamente desde las fuentes; en algunos de los casos, las comunidades no tienen por lo menos un sistema de filtrado, por ejemplo los barrios Pusuchisi, Saragosin, Santa Marianita, San José, Yugsiloma, San Marcos; Isimbo tiene un sistema de filtrado con filtros naturales de arena. La inexistencia de agua potable en las comunidades se contradice con los requerimientos de la soberanía alimentaria y el buen vivir, pues no contribuye a generar calidad de vida.

Tabla 9. Infraestructura principal de la Parroquia Juan Montalvo

Tipo	Localización	Estado	Descripción
Planta Hidroeléctrica Elepco – Illuchi No.1	Barrío Juan pablo II	Operativo bueno	Está constituida por 2 estaciones generadoras de energía hidroeléctrica, es una empresa mixta perteneciente a ELEPCO s.a., se une al sistema interconectado provincial, abastece de energía a la ciudad de Latacunga, favoreciendo a la población con un subsidio en las planillas de pago.
Illuchi N° 2	Barrío Igllagua	Operativo bueno	
	Barrío Saragosín		
Camal municipal empresa pública de Latacunga	Barrío San Martín	Operativo Malo	Se ubica al borde derecho del río Yanayacu, no cumple con las normas de higiene establecidas por el ministerio del ambiente y el MSP.
Planta de tratamiento de agua para consumo (agua potable)	Barrío Illigua	Operativo bueno	Cumple con los estándares
Subestación eléctrica ELEPCO	Barrío Isimbo 2 Barrío La Cocha	Operativo bueno	Cumple con todos los estándares y se une al sistema interconectado nacional
Antenas y repetidoras de radio y televisión	Barrío Igllagua	Operativo – bueno	Las vías de acceso son de tercer orden.
Plantas avícolas	Barrío San José Barrío Pusuchisi Barrío Cundualó	operativo buena	–de 20.000 pollos
Casas barriales y Comunales	Centros poblados de cada comunidad	Bueno	Para las reuniones disponen de casas comunales
Coliseo parroquial	Barrío San Sebastián (cabecera parroquial)	operativo bueno	–Estadio la cocha – infraestructura nueva

Fuente: MAG, 2020

Elaboración: MAG, 2020

2.3.3.9 Cultura

La parroquia Juan Montalvo fue históricamente conocida como "San Sebastián", ya que allí se encuentra la vieja iglesia de aquella denominación, que fue fundada en el año de 1705 para evangelizar a los indígenas de la cordillera oriental.

El primer Registro Oficial de creación de esta parroquia con el nombre de San Felipe se encuentra en la Ley de División Territorial del 26 de marzo de 1897 y publicada en el Registro Oficial N° 350 del 22 de abril de 1897.

Posteriormente, el cambio de nombre a Juan Montalvo se debe a una acción política administrativa, que se promulga por medio de un Registro Oficial. En el ámbito cultural, la parroquia Juan Montalvo se destaca por su rico potencial pecuario y agropecuario, tiene una festividad la cual se celebra una vez por año, en esta festividad se trata de aprovechar la época festiva del carnaval, se prepara una exposición masiva de platos típicos, visitados por propios y extraños podrán apreciar el talento gastronómico de la parroquia.

2.3.3.10 Beneficios de la asociatividad en red

Una vez realizado el análisis se determinó que las pequeñas empresas de la parroquia Juan Montalvo pueden acceder a múltiples beneficios que no podrían alcanzarse de forma individual, estos son:

Tabla 10. Beneficios de la asociatividad en red

Beneficios	Descripción
Aprovechamiento de los recursos disponibles	Los asociados tienen acceso a: Información Tecnología Financiamiento Capacitación Permiten también reducir costos a través del acceso a: Materias primas o insumos más baratos por compra en cantidad. Mejor manejo de información de mercados y precios y reducir así los costos de transacción. Aprovechamiento de la especialización productiva y la complementariedad entre los asociados. Implementación de mejores métodos de gestión y producción que eleven la productividad de los productores.
Aumento del poder relativo de los asociados	La asociatividad puede aumentar también la capacidad de representación y negociación de los asociados en procesos productivos, de comercialización, de acceso a fuentes de crédito e incluso en instancias de toma de decisiones que involucran a instituciones públicas.
Proporciona el aprendizaje entre los asociados, gracias a un adecuado modelo de gestión.	El trabajo en equipo o asociaciones es posible para cada asociado producir conocimiento, difundir e incorporar ideas, técnicas productivas y experiencias aprendidas.

Elaborado por: Delgado C. (2021)

2.4 Desarrollo de la propuesta

2.4.1 Elementos que conforman

La presente propuesta consta del plan de acción con las estrategias propuestas para el fortalecimiento del modelo de gestión como condición necesaria para la asociatividad en red de la Asociación de Productores de Cuy de la Parroquia Juan Montalvo. En el plan de acción se describe la estrategia planteada, su objetivo, las tácticas/actividades, el responsable, el presupuesto y la meta.

A continuación, se describen las actividades básicas y de apoyo que se plantean desarrollar para el fortalecimiento del modelo de gestión

Tabla 11. Plan de acción para el fortalecimiento del modelo de gestión como estrategia para la asociatividad en red.

Estrategia	Objetivo	Táctica- Actividad	Responsable	Presupuesto	Meta
Establecimiento de las actividades básicas y de apoyo a realizar en la asociación en red en base a un adecuado modelo de gestión.	Definir las actividades básicas y de apoyo a realizar por quienes integren la asociación en red en base a la cadena de valor de Porter.	Analizar y determinar las actividades básicas a realizar en la asociación en red. Analizar y determinar las actividades de apoyo a realizar en la asociación en red.	Investigador	1.000,00	Mejorar en un 90% el modelo de gestión en la Asociación de Productores de Parroquia Juan Montalvo.
Formación de líderes comunitarios a través de la escuela de liderazgo para el fortalecimiento del modelo de gestión.	Formar líderes comunitarios para el fortalecimiento del modelo de gestión.	Determinar los requerimientos y recursos materiales, económicos y humanos necesarios para la creación de una escuela de líderes comunitarios. Definir el/los servicios educativos a brindar. Determinar el costo de los servicios educativos. Evaluar la viabilidad económica para la creación de una escuela de formación de líderes comunitarios en la parroquia Juan Montalvo.	Investigador	3.565,00	

Elaborado por: Delgado C. (2021)

Para establecer las actividades que deben realizar los asociados se utilizará el modelo de la cadena de valor, ya que hace referencia a todas las actividades que una organización ejecuta, desde el abastecimiento de insumos hasta la transformación (agregando valor) y la comercialización.

Con base a la cadena de valor de Porter, en la siguiente tabla se presentan las actividades a realizarse como estrategia de la asociación en red:

Tabla 12. Actividades básicas

Establecimiento de las actividades básicas a realizar en la asociación en red.	
Objetivo: Definir las actividades de apoyo a realizar por quienes integren la asociación en red en base a las actividades básicas de la cadena de valor de Porter (Logística interna, Operaciones, Logística externa, Marketing y ventas).	
ACTIVIDADES BÁSICAS	ACTIVIDADES ASOCIATIVAS
Logística interna	<p>Dar un ambiente de confort a los cuyes</p> <p>Brindar protección contra depredadores.</p> <p>Facilitar el manejo de los cuyes: reproducción, alimentación y sanidad.</p> <p>Distribuir ecuánimemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comederos • Bebederos • Carretilla de distribución de balanceado. • Cama de pozas: Coronta molida, Viruta de madera, Cáscara de cacao. • Termómetro de máxima y mínima. • Balanza capacidad 5 Kg. • Carretilla. • Escobas • Lanzallamas • Mochila fumigadora • Baldes • Distribución en alojamiento por categorías. • Densidades adecuadas. • Manejo oportuno de los eventos: destetes, empadres, traslados, beneficio, salida en general. • Cantidad y calidad de alimento concentrado y forraje. • Eliminación adecuada de animales muertos • Aislamiento de animales nuevos.

Operaciones	<p>La ubicación de galpón de acuerdo a la puesta y salida del sol, lugar seco y en pendiente para evitar ahogamientos, buena ventilación.</p> <p>Requerimientos óptimos de confort :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Temperatura : 18-22 °C • Humedad relativa: 65-80 % • Dirección y fuerza de los Vientos: Orientación de 45 grados con respecto a vientos predominantes. • Orientación en relación al sol. • Se requiere climas de baja humedad • Temperatura que oscilen entre 10 – 30 °C. No temperaturas extremas. • Que tenga buena ventilación.
Logística externa	<p>Distribuir los comercializados como: reproductores y como carne, éste último vivos o procesados (básicamente beneficiados).</p> <p>Almacenar conjuntamente productos.</p>
Marketing y ventas	<p>Publicidad conjunta.</p> <p>Marca conjunta (asociatividad en red)</p> <p>Contratación de asesoría en marketing.</p> <p>Recepción conjunta de pedidos.</p> <p>Buscar y analizar la entrada a nuevos mercados nacionales e internacionales.</p> <p>Facilidad de comunicación entre campo y la ciudad, los gustos y preferencias de los consumidores,</p>
Servicio Postventa	<p>Compartir servicios de atención a reclamos.</p>

Elaborado por: Delgado C. (2021)

Las actividades básicas descritas con anterioridad, deben realizar quienes formen parte de la asociación en red, considerado la Logística interna, las operaciones, la logística externa y el Marketing y ventas, de este modo se identificará de forma clara las acciones a ejecutar en cada una de las áreas

que contemplan este tipo de organización, promoviendo el trabajo participativo entre todos sus miembros.

Tabla 13. Actividades de apoyo

<p>Establecimiento de las actividades de apoyo a realizar en la asociación en red en base a un adecuado modelo de gestión.</p> <p>Objetivo: Definir las actividades de apoyo a realizar por quienes integren la asociación en red en base a las actividades de apoyo de la cadena de valor de Porter (Infraestructura, Gestión del talento humano, Desarrollo de tecnología, Abastecimiento).</p>	
ACTIVIDADES DE APOYO	ACTIVIDADES ASOCIATIVAS
Infraestructura	<p>Solicitar créditos conjuntos, garantías mutuas o compartir financiamiento.</p> <p>Realizar gestiones representativas en conjunta ante autoridades gubernamentales u otras instituciones.</p> <p>Compartir asesoría contable y legal.</p>
Gestión del talento humano	<p>Capacitaciones a los socios en temas como tecnificación en el proceso productivo, los requerimientos del reglamento sanitario de construcción de Camales.</p> <p>El tamaño esta en relación a la capacidad y ésta por el volumen producido.</p> <p>Crear estrategias de venta conjuntas y transmitir a todos sus miembros.</p> <p>Charlas para compartir experiencias en temas relacionados a la crianza y mantenimiento pecuario</p> <p>Actividades de motivación a los asociados.</p>
Desarrollo de tecnología	<p>Documento donde se detallen las buenas prácticas que deben de seguirse al momento de manipular los animales.</p>
Abastecimiento	<p>Contratos de compra de materia prima con cláusulas específicas sobre penalidades por incumplimiento en la entrega de productos y automática elección de otro proveedor.</p> <p>La fórmula debe contener los componentes mínimos, para un engorde eficaz.</p> <p>Debe estar certificado por la empresa fabricante.</p>

Elaborado por: Delgado C. (2021)

Las actividades de apoyo a realizar en la asociación en red en base a un adecuado modelo de gestión, considerando la cadena de valor de Porter (Infraestructura, Gestión del talento humano, Desarrollo de tecnología, Abastecimiento). Enfatizando en el talento humano, pues de ellos depende que exista un adecuado modelo de gestión a través del trabajo conjunto a realizarse en esta organización, promoviendo la generación de nuevos conocimientos sobre las diferentes áreas

que integran la misma, sus productos y servicios, compartiendo también las estrategias que cada uno de sus miembros aplican, garantizando el desarrollo económico participativo de la parroquia Juan Montalvo.

Dichas actividades antes planteadas permiten generar la crianza del cuy con valor agregado, el cual se refleja por la diferencia entre el valor total y los costos totales.

Formación de líderes comunitarios a través de la escuela de liderazgo para el fortalecimiento del modelo de gestión.

La escuela permanente de formación de líderes comunitarios deberá contener una infraestructura física adecuada conforme el servicio educativo a ofrecer. Los implementos y requerimientos básicos se los obtendrá mediante su compra, como se describen en el detalle de la inversión inicial.

En cuanto al recurso humano que formará parte de la escuela será contratado según los requerimientos de la asociación, este estará integrado por ocho profesionales/especialistas.

La inversión que se requiere para crear la escuela permanente de formación de líderes comunitarios en la parroquia Juan Montalvo asciende a \$4.565,00.

Dentro de los costos de los servicios, está la mano de obra directa que, en el caso de la Institución, son los conferencistas y los instructores, quienes serán contratados y remunerados por hora; los materiales que se utilizarán son otro costo que se debe considerar; y por último otro componente de los costos de servicios, son los generales como el arriendo, depreciaciones y servicios básicos. Los gastos administrativos considerados son los sueldos al administrador, coordinador académico, contador y secretaria, los suministros de oficina y aseo, los gastos publicidad y las depreciaciones. Para determinar los ingresos a percibir por los servicios ofertados se tomó en cuenta una demanda de 55 personas mensuales en el año 2020.

2.4.2 Explicación de la Propuesta

El presente trabajo será planteado a la directiva de las asociaciones barriales para su revisión y evaluación, posterior a su aprobación dado por quienes están al frente de esta organización se socializará con los miembros de la asociación.

El proyecto plantea ser una herramienta de colaboración mutua que contribuya al desarrollo de la parroquia Juan Montalvo, a través de la asociatividad en red para que los pequeños productores orienten los esfuerzos conjuntos hacia el incremento de su productividad.

La estrategia de asociatividad en red que se ha propuesto, se desarrolla en las siguientes etapas:

ETAPA I: Elaboración del plan de acción

En esta etapa se definen las estrategias propuestas para el modelo de gestión como condición necesaria para la asociatividad en red de la Asociación de Productores de la parroquia Juan Montalvo, en este se describen las estrategias planteadas, su objetivo, las tácticas/actividades, el responsable, el presupuesto y la meta.

ETAPA II: Desarrollo de las actividades básicas y de apoyo

La identificación de los beneficios parte de un diagnóstico de los factores que influyen en el desarrollo socioeconómico de los pequeños productores de la parroquia Juan Montalvo, para lo cual se analizaron los aspectos económicos, político legal, tecnológico y socio-culturales.

Las actividades asociativas se basan en la cadena de valor propuesta por Michael Porter, la cual parte de actividades básicas (logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, servicios postventa), actividades de apoyo (infraestructura, gestión de talento humano, desarrollo de tecnología, almacenamiento).

ETAPA III: Formación de líderes

En la escuela permanente se ha propuesto desarrollar tres tipos de servicios:

Conferencias magistrales (temas de interés general y motivacionales como convertirse en líderes)

Capacitación microempresarial (emprendimiento)

Formación de líderes comunitarios

Las conferencias se desarrollarán en las salas de reuniones de la casa parroquial, estos se enfocarán en temas de interés general y motivacionales impartidos por conferencistas de amplia trayectoria, y tendrán una duración de un día.

Las capacitaciones microempresariales, por el contrario, se desarrollarán en las instalaciones de la escuela, los temas dependerán exclusivamente de la necesidad en capacitación que posean los habitantes de la zona (clientes), y la duración dependerá del tema.

Formación de líderes comunitarios, se realizará en las aulas de la escuela de formación, y su duración será 3 meses.

Las aulas estarán dotadas de equipos tecnológicos básicos como laptop, retroproyector; y mobiliario para 15 personas por aula. El proyecto de creación de una escuela de formación de líderes comunitario es factible económicamente, ya que se recuperará la inversión y se obtendrá utilidad desde el primer año de funcionamiento, además de contribuir en el desarrollo social de la parroquia Juan Montalvo.

ETAPA IV: Implementación

La propuesta será planteada a la directiva de la asociación para su revisión y evaluación, posterior al visto bueno dado por quienes están al frente de esta organización se socializará con los miembros de esta.

2.4.3 Premisas para su implementación

La implementación de las estrategias planteadas permitirá alcanzar un adecuado modelo de gestión, considerando que se plantean acciones que fomentan el trabajo en equipo y que se comparta los conocimientos que poseen cada uno de sus miembros con sus integrantes, con la finalidad de obtener mejores resultados en la gestión asociativa. En este sentido, la estrategia propuesta, permitirá a las pequeñas empresas agruparse para realizar una adecuación a sus necesidades y posibilidades de desarrollo, permitiendo cumplir los requerimientos de un cierto grado de permanencia en el tiempo, manteniendo la autonomía de los asociados en base a la existencia de una estructura organizativa con características distintivas.

Esta propuesta en primer lugar, será planteada a la directiva de la asociación para su revisión y evaluación, posterior al visto bueno dado por quienes están al frente de esta organización se socializará con los miembros de esta.

Para implementar las estrategias para el modelo de gestión como estrategia para la asociatividad en red en la Asociación de Productores de la parroquia Juan Montalvo, es necesario socializar las actividades planteadas entre sus miembros para lo cual se programará tres reuniones:

Primera reunión

Se dará a conocer la estructura de la estrategia planteada, conjuntamente con definiciones generales de la terminología utilizada con la finalidad que todos sus miembros puedan comprender las acciones que se plantean más adelante.

Segunda reunión

Se explicará cada una de las actividades propuestas en la estrategia y se atenderán dudas que surjan por parte de los integrantes de la asociación.

Tercera reunión

Se formarán grupos de trabajo que serán los encargados del cumplimiento de las acciones propuestas para lograr una adecuada implementación de la estrategia planteada.

2.5. Conclusiones Capítulo II

- La investigación de mercados realizada a productores de cuy en la parroquia Juan Montalvo, Cantón Latacunga, Provincia Cotopaxi, muestra que existe un 46% de los productores que comercializan los cuyes de manera individual en las plazas, y un 29% que lo realiza con intermediarios perjudicando al productor en ambas situaciones en las ventas.
- Los productores de cuy en la parroquia Juan Montalvo, requieren preparación técnica y capacitaciones en el área de mercado, ya que un 80% de los productores de cuy indican la carencia de conocimientos al negociar su producto.

- El presente proyecto permitirá que la asociación de productores de cuy de la parroquia Juan Montalvo, ejerzan plenamente sus derechos sociales y productivos, así como también contribuir a la generación de fuentes de empleo.
- La coyuntura existentes con el GAD Provincial de Cotopaxi, el GAD cantonal de Latacunga, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y ONGs, que trabajan en programas de producción y comercialización de animales menores, permite establecer proyectos y actividades puntuales que ayuden a solucionar el problema no resuelto del mercadeo de los productores de cuyes.
- Dentro de los factores económicos se pudo determinar que estos pueden influenciar tanto negativa como positivamente, ya que son dinámicos y cambiantes. No obstante, la tasa de interés es un factor muy importante para el desarrollo económico de los integrantes de la asociatividad en red de la parroquia Juan Montalvo, pues dicha tasa constituye el precio del dinero en el mercado financiero, es decir, si esta tasa es alta existen menos créditos, caso contrario, si la tasa de interés es baja, el sistema financiero entrega mayores préstamos.

CAPÍTULO III.

3. APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1 Evaluación de expertos

Con el fin de canalizar una validación oportuna para la propuesta del presente proyecto de titulación con el tema “Estrategias para el fortalecimiento de la producción asociativa de la crianza de cuy en beneficio de la parroquia Juan Montalvo, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi”, se partió de un enfoque de educación popular que consideró la dimensión teórica y práctica con el objetivo de desarrollar una estrategia asociativa en red en la parroquia Juan Montalvo que permita a las pequeñas empresas (productores) alcanzar un mejor nivel productivo e incremento de sus ventas para contribuir en el desarrollo socioeconómico de dicha parroquia.

Para realizar la evaluación de las estrategias propuestas para el fortalecimiento de la producción asociativa de la crianza de cuy en beneficio de la parroquia Juan Montalvo, cantón Latacunga, provincia Cotopaxi, se tomó en cuenta a tres expertos en el tema, quienes evaluaron el contenido de la estrategia con base en cinco criterios:

- 1. Presentación**
- 2. Claridad**
- 3. Pertinencia**
- 4. Relevancia**
- 5. Factibilidad**

De cada uno de los criterios establecidos se desprenden ítems conforme la escala de Likert. Luego de haber aplicado el cuestionario de evaluación, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 14. Validación del instrumento

Escala									
Criterios		Excelente	%	Bueno	%	Regular	%	Deficiente	%
2. Claridad		4	80%	1	20%				
3. Pertinencia		3	60%	2	40%				
4. Relevancia		3	60%	2	40%				
5. Factibilidad		4	80%	2	40%				

Elaborado por: Delgado C. (2021)

Conforme los resultados obtenidos y con base en el criterio emitido por parte de los expertos, la estrategia asociativa en red planteada es viable, pues el 60% afirma que cumple con una buena presentación, un 80% indica que existe una excelente claridad en el desarrollo de las actividades que deben realizar los asociados, el 60% considera que la estrategia posee una excelente pertinencia y relevancia para la Asociación de Productores de la parroquia Juan Montalvo, además de ser factible su aplicación. Por tal razón se aprueba aplicar la aplicación de las estrategias planteadas.

3.2 Evaluación de usuarios

La evaluación de usuarios permitió obtener el aval de los productores la Asociación de Productores de la parroquia Juan Montalvo sobre la implementación de estrategias propuestas para el fortalecimiento del modelo de gestión como condición necesaria para la asociatividad en red como una herramienta para el desarrollo local de la parroquia.

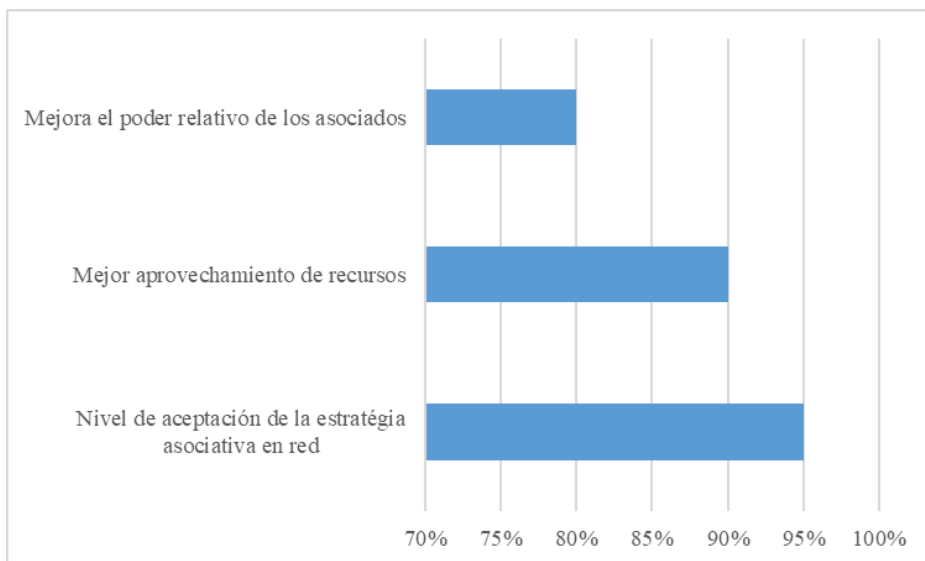


Gráfico 28. Evaluación de usuarios
 Elaborado por: Delgado C. (2021)

Según los resultados presentados en la gráfico 8, los productores presentan un 90% de aceptación a la implementación de las estrategias propuestas para el fortalecimiento del modelo de gestión como condición necesaria para la asociatividad en red planteada, pues un 80% consideran que les permitirán mejora el poder relativo de los asociados, y un 90% que les permitirá alcanzar un mejor aprovechamiento de los recursos.

Información sobre el Experto 1	
Sexo	Masculino
Nombres	Gustavo Ricardo Herrera Beltrán
Cargo	Gerente Propietario Cuy Cuna
Años de experiencia laboral	10 años
Institución a la que representa	Criadero Cuy Cuna
Firma	
Información sobre el Experto 2	
Sexo	Masculino
Nombres	Mario Semblantes
Cargo	Presidente Barrio Pusuchisí

Años de experiencia laboral	2 años
Institución a la que representa	Barrio Pusuchisí
Firma	
Información sobre el Experto 3	
Sexo	Masculino
Nombres	Marcelo Galarza Suárez
Cargo	Negociante de cuyes
Años de experiencia laboral	10 años
Institución a la que representa	Intermediario negociante
Firma	

3.3 Conclusiones del III capítulo

- La metodología de validación logró proporcionar resultados favorables dentro de sus cinco componentes de evaluación; sin embargo, es oportuno considerar que como parte del segundo componente que refiere a la claridad, que es la distingue a los miembros de la asociación, el experto aseguró que no se contempla en la propuesta como beneficiario a al menos un grupo vulnerable de la población.
- El contenido de las estrategias propuestas para el fortalecimiento del modelo de gestión en la Asociación de Productores de la parroquia Juan Montalvo consta de cuatro etapas: elaboración del plan de acción, desarrollo de las actividades básicas y de apoyo, formación de líderes a través de la escuela de liderazgo para el modelo de gestión y descripción de la implementación.
- La propuesta señala que las actividades que deben realizar los asociados, se elaboraron considerando la cadena de valor de Porter, pues considera que las actividades se clasifican en básicas y de apoyo, las cuales agregan valor al producto o servicio que se oferta

IV. CONCLUSIONES GENERALES

- El presente proyecto de investigación propone diseñar un Modelo de Gestión Asociativa, que plantea lineamientos para legalizar la organización y estrategias de comercialización que permita vender la producción de cuyes, a un precio justo, y así mejorar las condiciones de vida del productor, en condiciones favorables y por canales directos sin intermediarios.
- El diagnóstico situacional permite identificar las condiciones y situación actual de los productores de cuyes en los ámbitos específicos de intervención del proyecto; que identifiquen acciones que contribuyan al fortalecimiento de las capacidades en los productores.
- Estas propuestas de índole social, contribuirá al mejoramiento de las capacidades de los productores, en el uso racional de recursos, como también en el crecimiento de utilidades económicas con el fomento de la asociatividad en redes en las cadenas productivas conformadas a nivel del Gobierno Provincial de Cotopaxi.
- La investigación de mercados realizada a productores de cuy en la parroquia Juan Montalvo, Cantón Latacunga, Provincia Cotopaxi, muestra que existe un 46% de los productores que comercializan los cuyes de manera individual en las plazas, y un 29% que lo realiza con intermediarios perjudicando al productor en ambas situaciones en las ventas.
- Los productores de cuy en la parroquia Juan Montalvo, requieren preparación técnica y capacitaciones en el área de mercado, ya que un 80% de los productores de cuy indican la carencia de conocimientos al negociar su producto.
- El presente proyecto permitirá que la asociación de productores de cuy de la parroquia Juan Montalvo, ejerzan plenamente sus derechos sociales y productivos, así como también contribuir a la generación de fuentes de empleo.
- La metodología de validación logró proporcionar resultados favorables dentro de sus cinco componentes de evaluación; sin embargo, es oportuno

considerar que como parte del segundo componente que refiere a la claridad, que es la distingue a los miembros de la asociación, el experto aseguró que no se contempla en la propuesta como beneficiario a al menos un grupo vulnerable de la población.

- El contenido de las estrategias propuestas para el fortalecimiento del modelo de gestión en la Asociación de Productores de la parroquia Juan Montalvo consta de cuatro etapas: elaboración del plan de acción, desarrollo de las actividades básicas y de apoyo, formación de líderes a través de la escuela de liderazgo para el modelo de gestión y descripción de la implementación.
- La propuesta señala que las actividades que deben realizar los asociados, se elaboraron considerando la cadena de valor de Porter, pues considera que las actividades se clasifican en básicas y de apoyo, las cuales agregan valor al producto o servicio que se oferta.

V. RECOMENDACIONES

- Implementar el Modelo de Gestión Asociativo, para los productores de cuyes de la parroquia Juan Montalvo, como una propuesta estratégica que facilite enfrentar el problema de comercialización de cuyes, legalizar su organización, preparar capacitaciones técnicas que permitan vender su producción, a un precio justo y en condiciones favorables para los productores.
- Evaluar el cumplimiento de las actividades asociativas propuestas con el propósito de medir el nivel de participación de cada uno de los asociados.
- Evaluar los resultados obtenidos a través del desarrollo de las etapas de la estrategia asociativa en red con la finalidad de identificar falencias en las actividades que debe realizar cada asociado para proponer nuevas actividades que promuevan una mejor participación en el mercado de cada asociado.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuquerque, F. (2004). El enfoque del desarrollo económico local. Cuaderno de capacitación No. 1. Serie: Desarrollo Económico Local y Empleabilidad Programa AREA - OIT en Argentina - Italia Lavoro Buenos Aires, Organización Internacional del Trabajo 2004
- ALIMENTARIA, F. M. D. L. S. (2007). Declaración de Nyéléni. *Nyéléni, Selingue, Mali. Accesible en: www.nyeleni.org/spip.php.*
- Becerra Primo, M. W. (2018). Plan de negocios para la exportación de quinua de la empresa corporación agrícola la hacienda sac hacia el mercado de estados unidos, periodo 2018-2021.
- Cabascango Arroyo, L. R., & Vieira Valenzuela, M. J. (2020). *Efecto de los productos tradicionales no petroleros (banano, café, camarón, atún, cacao) en el crecimiento económico del Ecuador durante el período 1980-2016* (Bachelor's thesis, Quito: UCE).
- Castaño Rocha, A. M. (2018). Proyectos agrícolas como fuente de desarrollo económico y social del municipio de Manizales.
- Castro, H. (2002). Sistemas de crianza de cuyes a nivel familiar-comercial en el sector rural. *Institute Brigham Young University Provo. Utah, US, 14(2)*.
- Condoy Bello, T. J. (2021). *PROPUESTA Y CARACTERIZACIÓN DE LOS SEGMENTOS DE CLIENTES PARA LA CUAL ESTA DESTINADA LA PROPUESTA DE VALOR DE LA NUEVA EMPRESA "ECOART" UTILIZANDO LA METODOLOGÍA CANVAS* (Bachelor's thesis, Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología.).
- de Zaldívar, L. C. F. (2007). Realidad y perspectiva de la crianza de cuyes en los países andinos. *Arch. Latinoam. Prod. Anim, 15(1), 223-228*.
- Ferreira- Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo y Desarrollo, 23(107)*.
- Gligo, N. (2001). *La dimensión ambiental en el desarrollo de América Latina*. Cepal.

- Il Sung Park, S., & Duarte Masi, S. (2015). The profile of the entrepreneur and studies related to the Latin American Entrepreneurs. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314.
- LA FAO, U. C. E. (2019). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Liendo, M. G., & Martínez, A. M. (2001). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYMES.
- López, D. A. M., & Sisa, F. G. P. (2020). Teletrabajo como estrategia de competitividad y desarrollo para las empresas en el Ecuador. *REVISTA ERUDITUS*, 1(2), 53-70.
- Martínez-Castillo, R. (2009). Sistemas de producción agrícola sostenible. *Revista tecnología en Marcha*, 22(2), ág-23.
- Ministerio De Agricultura Y Ganadería. MAG (2020). Programa Nacional De Negocios Rurales Inclusivos (PRONERI).
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2020).
- Moncayo, G. R. (1992). Aspectos de manejo en la producción comercial de cuyes en Ecuador. III Curso latinoamericano de producción de cuyes, Lima, Perú. *La Molina, Lima*.
- Oleas Baquero, C. I. (2017). *Modelo de gestión comercial asociativo para el centro de acopio de cuyes, en la parroquia Flores, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo* (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).
- Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2018)
- Palacio, J. R. S., Climent, V. C., & Catalá, A. E. (2021). El modelo organizativo de la Economía del Bien Común y su comparación con otros enfoques de la sostenibilidad. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (101), 143-163.

- Posada Ochoa, S. L., Rosero Noguera, J. R., & Solarte Portilla, C. E. (2015). Efecto de la línea genética y el sexo sobre el crecimiento en cuyes (*Cavia porcellus*).
- Rosado Vaca, D. M. (2019). *ANÁLISIS DE MERCADO EN LA SOSTENIBILIDAD DE NEGOCIO DE COMIDAS RÁPIDAS “PIKEO’ SY SABORES” UBICADO EN EL BATALLÓN DEL SUBURBIO* (Bachelor's thesis, Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología).
- Salinas, M., & Loyola, C. (2010). Resultados y Lecciones de Modelo de Gestión para producción y comercialización de Quínoa: proyectos de Innovación en regiones de Tarapacá y del Libertador Bernardo O’Higgins: Gestión.
- Suárez Pineda, M., & Suárez Pineda, L. (2017). O conhecimento como determinante em procesos de associatividade: uma experiencia em conformação de redes empresariais. *Encuentros*, 15(2), 83-97.
- Sunkel, O. (2000). La sostenibilidad del desarrollo vigente en América Latina. *Historia Crítica*, (20), 7-39.
- Vivir, P. N. (2013). Plan nacional del buen Vivir. *Recuperado el*, 1(12), 2017.

VII. ANEXOS

ANEXO 1.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

ENCUESTA

OBJETIVO. - Analizar la calidad de vida de los Productores de Cuy como vínculos productivos para la población con enfoque en el Desarrollo Local

INSTRUCCIONES: Sírvase leer cada pregunta y conteste marcando con una (x) en la respuesta que usted considere conveniente

1.- INFORMACION GENERALES

Provincia de Cotopaxi Cantón Latacunga. Parroquia Juan Montalvo Barrio.....

.....

Productor.....Autoridad.....Estado
civil.....Sexo..... Cargas familiares.....

Proyecto productivo Individual.....Asociativo.....

2.- SITUACION SOCIECONOMICA

RANGO DE EDAD		NIVEL DE EDUCACIÓN		NIVEL DE INGRESOS	
18-20		No sale leer		100 a 400	
21-29		Primaria		500 a 1000	
30-39		Secundaria		1001 a 2000	
40-49		3er nivel		2001 a 3000	
50-59		4to nivel			
61 o más					

3.- CADENA PRODUCTIVA

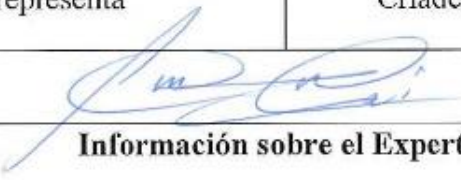


PRODUCCION		TRANSFORMACION		COMERCIALIZACION		PRECIO
N° de Cuyes Total		Platos típicos		Intermediario		
Venta semanal		Empaquetados		Directo en propiedad		
Consumo semanal		Cuyes asados		Plaza de comercialización		
Asistencia técnica		Cuyes en pie				
Tradicional						

4.- POLITICAS PÚBLICAS

CAPACITACIONES		CONVENIOS ACTORES PUBLICOS		CANALES COMERCIALIZACION	DE
Aplicación de tecnologías		GAD Parroquial		Ferias ciudadanos	
Estudio de mercado		GAD Provincial		Ferias locales	
Protocolo Bioseguridad		MAG		Criaderos	
		AGROCALIDAD			

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 2.**Credenciales académicas y profesionales de los evaluadores**

Información sobre el Experto 1	
Sexo	Masculino
Nombres	Gustavo Ricardo Herrera Beltrán
Cargo	Gerente Propietario Cuy Cuna
Años de experiencia laboral	10 años
Institución a la que representa	Criadero Cuy Cuna
Firma	
Información sobre el Experto 2	
Sexo	Masculino
Nombres	Mario Semblantes
Cargo	Presidente Barrio Pusuchisí
Años de experiencia laboral	2 años
Institución a la que representa	Barrio Pusuchisí
Firma	
Información sobre el Experto 3	
Sexo	Masculino
Nombres	Marcelo Galarza Suárez
Cargo	Negociante de cuyes
Años de experiencia laboral	10 años
Institución a la que representa	Intermediario negociante
Firma	

ANEXO 3.

ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN ASOCIATIVA DE LA CRIANZA DE CUY EN BENEFICIO DE LA PARROQUIA JUAN MONTALVO, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI

La presente propuesta consta del plan de acción con las estrategias propuestas para el modelo de gestión como condición necesaria para la asociatividad en red de la Asociación de Productores de Cuy de la Parroquia Juan Montalvo.

ETAPA I: Elaboración del plan de acción

En esta etapa se definen las estrategias propuestas para el modelo de gestión como condición necesaria para la asociatividad en red de la Asociación de Productores de la parroquia Juan Montalvo, en este se describen las estrategias planteadas, su objetivo, las tácticas/actividades, el responsable, el presupuesto y la meta.

ETAPA II: Desarrollo de las actividades básicas y de apoyo

Las actividades asociativas se basan en la cadena de valor propuesta por Michael Porter, la cual parte de actividades básicas (logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, servicios postventa), actividades de apoyo (infraestructura, gestión de talento humano, desarrollo de tecnología, almacenamiento).

ETAPA III: Formación de líderes

En la escuela permanente se ha propuesto desarrollar tres tipos de servicios:

Conferencias magistrales (temas de interés general y motivacionales como convertirse en líderes)

Capacitación microempresarial (emprendimiento)

FORMACIÓN DE LÍDERES COMUNITARIOS

Las conferencias se desarrollarán en las salas de reuniones de la casa parroquial, estos se enfocarán en temas de interés general y motivacionales impartidos por conferencistas

de amplia trayectoria, y tendrán una duración de un día.

Las capacitaciones microempresariales, por el contrario, se desarrollarán en las instalaciones de la escuela, los temas dependerán exclusivamente de la necesidad en capacitación que posean los habitantes de la zona (clientes), y la duración dependerá del tema.

ETAPA IV: Implementación

La propuesta será planteada a la directiva de la asociación para su revisión y evaluación, posterior al visto bueno dado por quienes están al frente de esta organización se socializará con los miembros de esta.

Para implementar las estrategias para el modelo de gestión como estrategia para la asociatividad en red en la Asociación de Productores de la parroquia Juan Montalvo, es necesario socializar las actividades planteadas entre sus miembros para lo cual se programará tres reuniones:

Primera reunión

Se dará a conocer la estructura de la estrategia planteada, conjuntamente con definiciones generales de la terminología utilizada con la finalidad que todos sus miembros puedan comprender las acciones que se plantean más adelante.

Segunda reunión

Se explicará cada una de las actividades propuestas en la estrategia y se atenderán dudas que surjan por parte de los integrantes de la asociación.

Tercera reunión

Se formarán grupos de trabajo que serán los encargados del cumplimiento de las acciones propuestas para lograr una adecuada implementación de la estrategia planteada.

CONCLUSIONES:

- La investigación de mercados realizada a productores de cuy en la parroquia Juan Montalvo, Cantón Latacunga, Provincia Cotopaxi,

muestra que existe un 46% de los productores que comercializan los cuyes de manera individual en las plazas, y un 29% que lo realiza con intermediarios perjudicando al productor en ambas situaciones en las ventas.

- Los productores de cuy en la parroquia Juan Montalvo, requieren preparación técnica y capacitaciones en el área de mercado, ya que un 80% de los productores de cuy indican la carencia de conocimientos al negociar su producto.
- El presente proyecto permitirá que la asociación de productores de cuy de la parroquia Juan Montalvo, ejerzan plenamente sus derechos sociales y productivos, así como también contribuir a la generación de fuentes de empleo.
- La coyuntura existente con el GAD Provincial de Cotopaxi, el GAD cantonal de Latacunga, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y ONGs, que trabajan en programas de producción y comercialización de

animales menores, permite establecer proyectos y actividades puntuales que ayuden a solucionar el problema no resuelto del mercadeo de los productores de cuyes.

- Dentro de los factores económicos se pudo determinar que estos pueden influenciar tanto negativa como positivamente, ya que son dinámicos y cambiantes. No obstante, la tasa de interés es un factor muy importante para el desarrollo económico de los integrantes de la asociatividad en red de la parroquia Juan Montalvo, pues dicha tasa constituye el precio del dinero en el mercado financiero, es decir, si esta tasa es alta existen menos créditos, caso contrario, si la tasa de interés es baja, el sistema financiero entrega mayores préstamos.