



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**

**Carrera de Ingeniería Comercial**

**Título**

**“LA PRODUCCIÓN DE CUY Y LAS VENTAS EN EL  
CANTÓN CEVALLOS PROVINCIA DE TUNGURAHUA,  
PERÍODO 2017”**

***PROYECTO DE TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL***

**Autor**

**SÁNCHEZ LASCANO KARLA ALEJANDRA**

**Tutor**

**ING. MARIETA TAPIA. MGS**

**Año**

**2018**

## **Informe del Tutor**

En calidad de tutor del proyecto de trabajo de titulación cuyo título es “LA PRODUCCIÓN DE CUY Y LAS VENTAS EN EL CANTÓN CEVALLOS PROVINCIA DE TUNGURAHUA, PERÍODO 2017”, y luego de haber revisado el desarrollo de la investigación, elaborada por la Señorita SÁNCHEZ LASCANO KARLA ALEJANDRA, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el Tribunal asignado.

Riobamba, 06 de noviembre del 2018



.....

**ING. MARIETA TAPIA MGS**

C.I. 170587118-2  
.....



## HOJA DE CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal de defensa del proyecto de investigación: “LA PRODUCCIÓN DE CUY Y LAS VENTAS EN EL CANTÓN CEVALLOS PROVINCIA DE TUNGURAHUA, PERÍODO 2017”, realizada por la señorita: Karla Alejandra Sánchez Lascano, y dirigido por la Ing. Marieta Leonor Tapia Muñoz MGS.

### CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO:

Nombres y firmas del Tutor y Miembros del Tribunal:

Ing. Marieta Tapia MGS.  
**Tutora**

  
\_\_\_\_\_  
**FIRMA**

9.8  
**NOTA**

Ing. patricia Chiriboga  
**Miembro del tribunal**

  
\_\_\_\_\_  
**FIRMA**

10  
**NOTA**

Ing. Luis Paucar  
**Miembro del tribunal**

  
\_\_\_\_\_  
**FIRMA**

10  
**NOTA**

**NOTA:** 9,93 (SOBRE 10)

## **Página de Derechos del Autor**

Yo, SÁNCHEZ LASCANO KARLA ALEJANDRA, portadora de la cédula de identidad N° 180520633-9 declaro que soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados expuestos en el presente trabajo de investigación y los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



**SÁNCHEZ LASCANO KARLA ALEJANDRA**

**C.I 180520633-9**

## **Dedicatoria**

El presente trabajo lo dedico a Dios por su infinito amor y bendiciones que tiene para mí y mi familia, a mi primo Lenin Rodrigo Lascano Camino (+) de quien aprendí a nunca rendirme y luchar por todo lo que uno se propone en la vida. Mis padres y hermanos quienes fueron parte fundamental en este proceso académico y me brindaron todo el apoyo para terminar mis estudios.

***SÁNCHEZ LASCANO KARLA ALEJANDRA***

## **Agradecimiento**

Mi agradeciendo a mi familia, amigas quienes fueron las personas que siempre me brindaron su apoyo para lograr culminar mis estudios. A la Universidad Nacional de Chimborazo, docentes quienes fueron una guía para cumplir mis metas.

***SÁNCHEZ LASCANO KARLA ALEJANDRA***

## Índice General

1	Introducción.....	1
2	Objetivos.....	3
2.1	Objetivo General.....	3
2.2	Objetivos Específicos .....	3
2.3	Hipótesis de Trabajo .....	3
2.3.1	Verificación o contrastación de la hipótesis .....	3
2.3.2	Hipótesis .....	3
3	Estado Del Arte .....	4
3.1	Fundamentación Teórica.....	4
3.2	Antecedentes Investigativos .....	6
4	Unidad de Análisis .....	8
4.1	UNIDAD I: Generalidades del cantón Cevallos provincia de Tungurahua.....	8
4.1.1	Perfil geográfico .....	8
4.1.2	Localización.....	8
4.1.3	Zonas climáticas .....	10
4.1.4	Historia .....	11
4.1.5	Atractivos turísticos .....	12
4.1.6	Parroquias del cantón Cevallos .....	13
4.2	UNIDAD II: La producción de cuy .....	14
4.2.1	Generalidades del cuy.....	14
4.2.2	Alimentación del cuy.....	15
4.2.3	Tipos de cuy .....	18

4.2.4	Manejo reproductivo.....	19
4.2.5	Crianza comercial.....	21
4.3	UNIDAD III: Las ventas.....	21
4.3.1	Diagnostico situacional .....	21
4.3.2	Oferta.....	21
4.3.3	Demanda.....	21
4.3.4	Punto de equilibrio .....	22
4.3.5	Márquetin mix .....	22
5	Metodología.....	27
5.1	Método.....	27
5.1.1	Método hipotético deductivo.....	27
5.2	Tipo de investigación.....	27
5.2.1	Investigación de Campo .....	27
5.2.2	Investigación Descriptiva .....	28
5.3	Diseño .....	28
5.4	Diseño Documental.....	28
5.5	Población y muestra.....	28
5.5.1	Población .....	28
5.5.2	Muestra.....	29
5.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	30
5.6.1	Técnicas.....	30
5.6.2	Instrumentos .....	30
5.6.3	Técnicas de procesamiento de la información.....	31
6	Resultados y discusión .....	32

6.1	Resultados de la Encuesta.....	32
6.2	Discusión .....	50
6.3	Comprobación de hipótesis.....	50
6.3.1	Planteamiento de la Hipótesis .....	50
6.3.2	Estimador Estadístico .....	51
6.3.3	Cálculo de Chi-Cuadrado .....	52
7	Conclusiones y Recomendaciones .....	54
7.1	Conclusiones.....	54
7.2	Recomendaciones .....	54
8	Bibliografía.....	55
9	Anexos.....	60
9.1	Anexo 1 Encuesta .....	60

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 Localización .....	9
Gráfico 2 Mapa Político .....	9
Gráfico 3 Análisis Meteorológico .....	10
Gráfico 4 Atractivo Turístico .....	13
Gráfico 5 Cuyes Reproductores.....	33
Gráfico 6 Cuyes destinados a la Venta Mensual .....	34
Gráfico 7 Cuyes Vendidos al Mes.....	36
Gráfico 8 Los Cuyes son Producidos en Cevallos.....	38
Gráfico 9 Tienen Cuidados Ambientales.....	40
Gráfico 10 Cuyes Vendidos en Cevallos .....	42
Gráfico 11 Pertenece a alguna Asociación .....	44
Gráfico 12 Llevan Registros Contables de Ventas .....	46
Gráfico 13 La Venta de Cuyes aporta al Desarrollo Cantonal .....	48

## Índice de Tablas

Tabla 1 Cuyes Reproductores.....	32
Tabla 2 Cuyes destinados a la Venta Mensual .....	34
Tabla 3 Cuyes Vendidos al Mes .....	36
Tabla 4 Los Cuyes son Producidos en Cevallos.....	38
Tabla 5 Tienen Cuidados Ambientales.....	40
Tabla 6 Cuyes Vendidos en Cevallos .....	42
Tabla 7 Pertenece a alguna Asociación .....	44
Tabla 8 Llevan Registros Contables de Ventas .....	46
Tabla 9 La Venta de Cuyes aporta al Desarrollo Cantonal .....	48

## **RESUMEN**

La presente investigación analiza la producción de cuyes y las ventas en el Cantón Cevallos para lo cual se planteó como objetivos diagnosticar si la venta de este producto beneficia al mercado local, establecer las formas de comercialización utilizada e impulsar la productividad y la comercialización del cuy con esto la investigación podrá identificar la como incide la producción de cuy en el nivel de ventas de los productores.

Además, la producción de cuy es importante ya que a mayor producción de cuyes mayores posibilidades existen que se incrementen las ventas y para ello es necesario conservar un mayor número de cuyes reproductores. La comercialización de cuyes en el cantón Cevallos es una fuente económica importante ya que esto ayuda a mejorar su desarrollo.

Por otro lado, se ha utilizado una metodología donde interviene la investigación de campo, documental, el instrumento y técnica utilizada son la encuesta la misma que cuenta con un cuestionario que permite recabar información sobre el tema de análisis.

Finalmente, para el procesamiento de los resultados se ha utilizado una herramienta estadística SPSS mismo que nos ha permitido no solo generar gráfico y tablas sino también comprobar la hipótesis planteada.

### **Palabras Claves**

Producción, Nivel de Ventas, Comercialización, Cuy

## ABSTRACT

The present investigation analyzes the production of guinea pigs and the trades in the Cevallos Canton so it has been proposed as objectives to diagnose if the sale of this product benefits the local market, establish the ways of marketing used and improve the productivity and commercialization of the guinea pig, this way the research will be able to identify how the production of guinea pig affects the level of sales of the producers.

In addition, the guinea pigs production is important because the greater guinea pigs production implies the greater chances that there will be a sales increase and it is also necessary to keep a greater number of breeding guinea pigs. The selling of guinea pigs in the Cevallos canton is an important economic source since this helps to improve its development.

On the other hand, It has been used the field and documentary research methodology and the survey with a questionnaire that allows gathering information on the analyzed issue as the instrument and technique.

Finally, for the results processing we used a statistical tool SPSS that allowed us not only to generate graphs and tables but also to check the stated hypothesis.

### Keywords:

Production, Sales Level, Marketing, Cuy

Translation reviewed by:



A large, stylized handwritten signature in blue ink, likely belonging to Elizabeth Diaz, is written over the text 'Translation reviewed by:'. The signature is highly cursive and extends across the width of the page.

Msc. Elizabeth Diaz



## **1 Introducción**

La investigación es importante al considerar que la producción del cuy es una actividad económica que permite obtener un nivel alto en utilidades debido a la demanda del producto, favoreciendo en la construcción de perspectivas de desarrollo competitivo desde la familia, los mercados locales, regionales y en el ámbito nacional, constituyéndose en la generación de oportunidades de empleo productivo.

La investigación se relaciona con el ámbito económico, el desarrollo organizacional, el emprendimiento y la gestión de calidad al enfocarse en la productividad del cuy tomando como proyección la inversión en instalaciones adecuadas, alimentación a base de productos agrícolas y pastos cultivados, cumpliendo con normas de higiene y controles sanitarios se logrará mayor eficiencia de la cría del cuy en el contexto familiar y comercial reflejándose en el índice productivo, para el abastecimiento a la demanda nacional y posteriormente al internacional.

El trabajo contribuye en el contexto comercial, siendo un reto para los productores que invierten en el mejoramiento del espacio, alimentación y cuidado, conllevando a intensificar el uso de recursos tecnológicos para conseguir una producción competitiva; además promueve la generación de empleo, disminuyendo en nivel de migración de la población rural.

El sector productor no posee el factor económico necesario para la construcción de infraestructuras adecuadas, además es deficiente la práctica tecnificada de la crianza de cuyes, lo que genera una débil organización limitando la promoción y fortalecimiento de capacidades, incrementándose el carente control sanitario, incumpliendo con estándares de calidad, dando como resultado el disminuir los ingresos económicos, afectando a la economía y en la rentabilidad de los productores.

El trabajo radica en la identificación de los procesos de la producción del cuy, dentro del sistema de crecimiento familiar y comercial, constituyéndose en una fuente de trabajo que disminuye la migración de los pobladores, aportando además

en el fortalecimiento de los ingresos económicos, principalmente del sector vulnerable del cantón Cevallos.

## **2 Objetivos**

### **2.1 Objetivo General**

Determinar cómo la producción de cuy en el cantón Cevallos provincia de Tungurahua, incide en el nivel de ventas de los productores en el período 2017.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar de qué manera las ventas de cuy benefician al mercado local y la satisfacción del mismo.
- Establecer las formas de comercialización que utilizan los productores de cuy del cantón Cevallos.
- Impulsar la productividad y la comercialización del cuy en el cantón Cevallos provincia de Tungurahua.

### **2.3 Hipótesis de Trabajo**

#### **2.3.1 Verificación o contrastación de la hipótesis**

Una vez formulada la hipótesis y sus consecuencias es preciso proceder a su verificación o contrastación, esto se puede realizar a través d diferentes métodos.

#### **2.3.2 Hipótesis**

La producción de cuy en el cantón Cevallos de la Provincia de Tungurahua incide en el nivel de ventas de los productores.

### **3 Estado Del Arte**

#### **3.1 Fundamentación Teórica**

De acuerdo con Acosta (2009), desde la perspectiva, del Plan Nacional del Buen Vivir en tanto régimen de desarrollo en construcción y como parte esencial de un Estado plurinacional, tal como se aprobó en Montecristi, busca una vida armónica; es decir equilibrada entre todos los individuos y las colectividades, con la sociedad y con la Naturaleza. No se puede olvidar que lo humano se realiza (o debe realizarse) en comunidad; con y en función de otros seres humanos, sin pretender dominar a la Naturaleza.

Según Mayorga , Ruiz , Mantilla, & Moyolema (2015) mencionan que: “El proceso de producción no son más que un conjunto de actividades por medio de ellas uno o varios factores productivos se transforman en productos. La transformación se encarga de generar riqueza, es decir, le dan un valor agregado a cada uno de los componentes adquiridos por la empresa. El material adquirido es más valioso y permite potencializar la actividad logrando de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes.”

Al mencionar la producción se puede destacar que la teoría de la producción es considerada como la fase del proceso económico, en el cual los factores productivos son transformados con el propósito de obtener bienes y servicios que permitan satisfacer necesidades. La teoría neoclásica da a conocer que la creación de la riqueza genera mejoras al respecto del bienestar de una sociedad, ya que se deben utilizar eficientemente los recursos escasos para poder generar bienestar. Se consideran factores de la producción todos los elementos que intervienen en el proceso de producción, verificando que estos se realicen de manera eficiente.

En la teoría de la producción se agrupan:

- Naturaleza
- Trabajo
- Capital
- Empresas

Por otro lado, se considera productividad a la relación entre recursos que son manejados y los productos que se obtienen. Se denota que la eficiencia con que los recursos humanos, capital, conocimientos, son utilizados para la producción de bienes y servicios en el mercado. En todas las empresas es de vital importancia conocer este indicador, pues este demuestra la forma de cómo se utilizan los factores de producción, por medio del cual se espera alcanzar eficiencia y eficacia. (Mayorga , 2015, pág. 93)

Según Ibarra (2010), menciona que:

Las ventas o “administración de ventas suele utilizarse muy a menudo, el mercadeo, que algunas veces se llama “distribución”, comprende todas las actividades que se realizan para hacer llegar los bienes y servicios a los consumidores a los intermediarios. Son pocas las empresas que pudieran escapar a la necesidad de utilizar una fuerza de ventas. Una compañía puede gastar mucho dinero en publicidad, pero si no cuenta con un grupo de vendedores que siga el esfuerzo y cierre la venta, no se lograrán los objetivos de la organización; Por ejemplo, existen compañías pequeñas que no pueden invertir mucho dinero en publicidad y otras que cuentan con artículos muy complejos que necesitan la explicación de un vendedor (pág. 13).

Desde el enfoque de Pérez & Pérez (2006), establece que los consumidores sólo compran aquellos productos disponibles y la empresa tiene como objetivo mejorar la productividad y llevar a cabo los procesos de eficiencia de la producción y la distribución exclusiva de suministro de mercado. Al hablar de productos se debe tomar en cuenta que los clientes adquieren productos de mejora calidad y que les permitan mejorar los resultados.

Sempere, Acosta, Abdallah, & Ortí (2010), explica que el mercado es una relación social sujeta a las necesidades de los individuos y las colectividades, entendida como un espacio de intercambio de bienes y servicios en función de la sociedad y no sólo del capital; los mercados pueden ser totalmente inmorales, ineficientes, injustos y generadores del caos.

### **3.2 Antecedentes Investigativos**

Revisadas las investigaciones previas relacionadas con la producción de cuy y los ingresos económicos para las familias, se ha encontrado los siguientes trabajos:

Tipán & Cando (2017), en su trabajo de investigación con la temática “LA CRIANZA, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES COMO ALTERNATIVA DE MEJORAMIENTO DE LA SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS MORADORES DE LA PARROQUIA LICAN” la investigación tiene como propósito realizar un estudio de pre factibilidad para la crianza, producción y comercialización de cuyes, como una alternativa de mejoramiento de la situación socioeconómica de los moradores de la parroquia. Después de efectuado el trabajo se obtiene como resultados: la existencia de una demanda insatisfecha del consumo de la carne de cuy, el sector consumidor está integrado por la población adulta y adultos mayores debido a las ventajas nutricionales; constituyéndose la crianza del cuy en una fuente de empleo que genera ingresos mediante el cumplimiento de parámetros que facultan el incremento de la productividad y rentabilidad económica.

En el Examen de Grado de CARÁCTER COMPLEXIVO – DIMENSIÓN PRACTICA elaborado por Moreira (2015), se enfoca en la producción del cuy como potencial de ingresos para el país, iniciando con la inversión para mejorar los escenarios de producción y comercialización, teniendo como objetivo desarrollar una metodología para la crianza del cuy a gran escala, favoreciendo en la economía y satisfacción de la demanda del mercado; la investigación da como resultados que la crianza de cuyes en el ámbito familiar que facilita la comercialización; sin embargo es necesaria la inversión para el mejoramiento del ambiente de crianza, al igual que la alimentación y medicación para obtener una producción de calidad, siendo recomendable, motivar la producción interna mediante la agrupación de productores para satisfacer la necesidades de los consumidores.

En la investigación realizada por la autora Borja (2015), con la temática “LA PRODUCCIÓN DE CUYES Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS ECONÓMICOS DE LAS FAMILIAS PRODUCTORAS DE ESPECIES MENORES DE LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” menciona que la producción de cuy sirve para mejorar los ingresos económicos de las familias productoras de especies menores, tomando como punto relevante que el criar cuyes no exige cuidados específicos; sin embargo por su alto contenido de proteína es considerado como alternativa para engrandecer los estándares de vida en la colectividad, menciona como objetivo el determinar la producción de cuyes como elemento importante para el incremento de los ingresos económicos de las familias; señala como resultados de la investigación que en el espacio productivo existe carencia en los procesos aplicados lo que perjudica en el sistema de producción, menciona que el personal de producción no está capacitado lo que incrementa el desperdicio de materias primas, además la producción es utilizada para el consumo y con escasa comercialización debido a la baja calidad de la carne, se resalta que para alcanzar una producción total se requiere la aplicación de un proceso correcto en la crianza, empleando cuidados en nutrición, medicación; que mediante la aplicación de estrategias de comercialización se logrará mayor de la rentabilidad asumiendo como resultado costos bajos y mayor utilidad. La presente investigación tiene bases teóricas, es por ello que se cuenta con el aporte de los siguientes estudios realizados con temas similares a la investigación.

## **4 Unidad de Análisis**

### **4.1 UNIDAD I: Generalidades del cantón Cevallos provincia de Tungurahua**

#### **4.1.1 Perfil geográfico**

El Cantón Cevallos, se fundó en el año 1892 el 29 de abril. Por medio de un acuerdo del Concejo Municipal de Ambato, se crea la parroquia, habiendo pertenecido antes a la parroquia de Tisaleo.

#### **4.1.2 Localización**

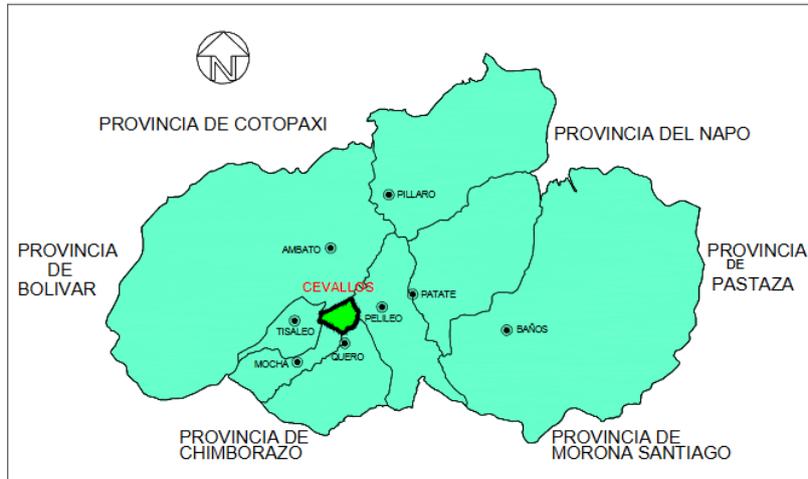
El cantón Cevallos se encuentra localizado en a una distancia de 15 Km al sur de la ciudad de Ambato. Su ubicación está en el sector centro – sur de la provincia de Tungurahua y al sur – oriente del cantón Ambato.

#### ***Jurisdicción:***

- Norte: Ambato
- Este: Tisaleo y Mocha
- Sur: Mocha y Quero
- Oeste: Pelileo

La ubicación donde se sitúa actualmente el cantón Cevallos en la antigüedad se le llamaba Capote Bajo. Este lugar fue asiento de la cultura Panzaleo, de la que han hallado objetos arqueológicos de cerámica en la zona Andignato – Pachanlic.

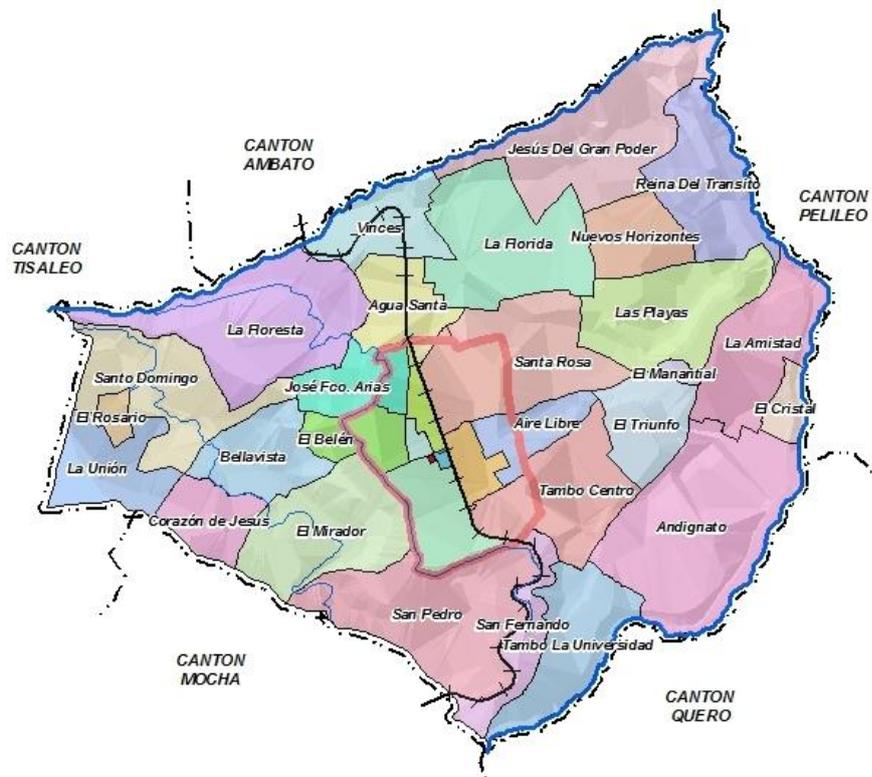
**Gráfico 1: Localización**



**Fuente:** CICAD (2010)

**Elaborado por:** Karla Sánchez

**Gráfico 2: Mapa Político**



**Fuente:** GAD Cevallos, (2014)

**Elaborado por:** Karla Sánchez

La extensión, según el INEC es de 17.5 Km<sup>2</sup>. Está conformado por un solo cantón que origina su nombre.

La población de acuerdo a las estadísticas sobrepasa los 8.000 habitantes, con una densidad poblacional de 366 ha/Km., siendo la tasa más alta de la provincia.

### 4.1.3 Zonas climáticas

Gráfico 3: Análisis Meteorológico

Estación	Parámetro	Temperatura (°C)			Humedad Relativa (%)		
		Máxima	Mínima	Media	Máxima	Mínima	Media
<b>Cantón Ambato</b>							
	Chuiquiurco	15,90	-0,20	7,03	100,00	65,25	84,45
	Cunchibamba	22,80	1,46	13,48	99,50	68,77	81,63
	Aeropuerto	24,00	6,68	14,29	99,40	66,25	80,85
	Calamaca	17,20	1,23	8,57	100,00	70,21	82,83
	Mula Corral	15,10	-0,70	6,38	100,00	72,23	83,66
	Quisapincha	15,00	3,17	7,20	100,00	69,04	91,23
<b>Cantón Pillaro</b>							
	Pisayambo	17,80	-1,60	7,61	100,00	73,45	88,36
	Colegio Álvarez	22,50	4,00	12,64	100,00	66,73	86,65
	Escuela Tasinteo	18,90	2,30	9,08	-----	-----	-----
<b>Cantón Patate</b>							
	Sucre	21,90	5,30	12,74	100,00	63,11	88,08
	Guadalupe	26,10	7,84	16,37	99,80	60,11	881,80
<b>Cantón Baños</b>							
	Parque de la Familia	27,50	11,40	17,81	100,00	78,90	85,83
<b>Cantón Mocha</b>							
	Pampas de Salasaca	16,50	1,06	6,82	100,00	60,45	64,24
<b>Cantón Cevallos</b>							
	Col. Pedro F. Cevallos	22,90	4,40	12,64	98,70	61,21	75,50

Fuente: Dirección de Recursos y Gestión Ambiental (2013)

Elaborado por: Karla Sánchez

Según la Dirección de Recursos y Gestión Ambiental el clima en el cantón Cevallos alcanza una temperatura máxima de 22,9 grados centígrados, como rango intermedio se puede llegar a los 12,64 grados centígrados y como mínimo a los 4,4 grados centígrados.

#### **4.1.4 Historia**

Según Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Cevallos (2014) se puede mencionar que:

En la primera mitad del siglo 20, la estación del ferrocarril de Cevallos es el puerto en tierra más cercano al oriente, lo que le convierte en un sitio estratégico para la comercialización de productos agropecuarios provenientes del oriente (guayaba y naranjilla) y de mercancías como panela y vemento de la costa, la ciudad crece alrededor de este eje vial-comercial, la relación de sus habitantes con la costa influencia en elementos arquitectónicos de las edificaciones del lugar de las que muy pocas quedan en pie, posteriormente por su ubicación geográfica y dinamia comercial la plaza se consolida como la feria regional donde se comercializa la producción agropecuaria de los cantones vecinos en especial de Quero. A raíz del conflicto de transportistas de 1982 en Quero se consolida la feria agropecuaria los días martes y se crea la feria del miércoles, disminuyendo la actividad comercial en Cevallos. Los días jueves, creándose la feria dominical. A partir de los años 70, el Proyecto Tungurahua, promocioa la fruticultura como alternativa productiva, introduciendo nuevas variedades de frutas, incrementando el área cultivada de frutales, siendo hasta hoy la principal fuente generadora de riqueza en el cantón. En los 90 se concluye la construcción y entra en servicio el canal de riego Ambato-Huachi-Pelileo, beneficiándose amplios sectores agrícolas del cantón. La falta de respuesta local ante la ausencia de políticas de protección del Estado, sumado la crisis económica nacional y el impacto de los fenómenos naturales ha convertido hoy a la fruticultura en una actividad poco rentable.

A más de la producción frutícola, otras fuentes generadoras de riqueza de la población es la ganadería menor (cuyes y conejos), avicultura familiar y en pequeñas empresas, la artesanía de calzado y afines, confección de ropa, dulces y procesados de lácteos entre otros.

#### 4.1.5 Atractivos turísticos

Según Tren Andino (2018), La Hora (2010)

- Parque Central Cevallos
- Parque de la Madre
- Tour fresa café
- Cascada de Jun Jún
- Huertos Frutales - Viveros
- Casa Museo
- Emprendimientos de calzado, gastronomía, dulces, etc. (Hornados Doña Rosita, el asadero Súper Cuy, la picantería El Cajón, la quinta Anita María, restaurante El Gran Conejo, paradero Las Rosas, los huertos Merceditas y Corazón de Jesús, entre otros.)
- Hosterías (Descanso Real, La Bonita, etc.)
- Complejos Deportivos (Centro Recreacional del Sindicato de Choferes Profesionales de Cevallos).
- Estación del Ferrocarril
- Iglesia Central

Una de las ocupaciones turística nuevas en el cantón Cevallos es el Tour fresa café del cual ofrece a los visitantes conocer los lugares productivos y emprendimientos del cantón, a bordo del tren simulado en un tres de tres vagones.

El recorrido da inicio en el parque de la madre, durante el transcurso del recorrido un guía relata la historia del lugar y se dirige al emprendimiento Dulce y Fresa. En este lugar se elaboran más de 50 sabores de mermelada artesanal (El Universo, 2018)

**Gráfico 4: Atractivo Turístico**



**Fuente:** El Universo, (2018)

**Elaborado por:** Karla Sánchez

#### **4.1.6 Parroquias del cantón Cevallos**

Según GAD Cevallos (2014), el cantón Cevallos tiene solamente una parroquia urbana en la cual se identifican varios barrios. Los barrios más importantes son:

- Bellavista
- Santa Rosa
- San Pedro
- La Floresta
- La Florida
- Jesús del Gran Poder
- El Belén
- El Mirador
- Santo Domingo
- Tambo

- Andignato
- Aire Libre
- Vinces
- Agua Santa
- El Rosario
- La Unión.

## **4.2 UNIDAD II: La producción de cuy**

### **4.2.1 Generalidades del cuy**

Según INIAP (2010), menciona que:

El cuy es un roedor mamífero que es originario de Perú, Colombia, Ecuador y Bolivia. Este animal es producto de carne y también se lo conoce como curí. El valor biológico de este producto alimenticio es alto y es considerado como una de las opciones más acogidas como seguridad alimentaria por parte de los pobladores de la zona rural especialmente para aquellas personas de escasos recursos.

En los países andinos los pobladores tienen más o menos 35 millones de cuyes. El país que consume este producto con mayor frecuencia es el Perú, reportando una producción anual de 16.500 TM de carne. La producción se establece con más o menos 22 millones de cuyes mismos que son criados en sistemas de producción familiar.

El hábitat del cuy se ha registrado desde el Caribe y las Antillas en Centro América hasta el Sur del Brasil, Uruguay y Paraguay en Sudamérica. En Argentina se reconoció 3 especies del género *Cavia* que actualmente viven en el territorio andino. La especie *Cavia tschudii* se distribuye sobre los valles interandinos del Perú, Bolivia y N.O. Argentino; la *Cavia aperea* posee mayor distribución va desde el Sur de Brasil, Uruguay hasta el N.O. Argentino y la *Cavia cobaya* que incluye a la especie domesticada, también se presenta en diversas variedades en Guayana, Venezuela, Colombia, Perú, Bolivia y Ecuador.

Para RMR Perú (2018), el cuy es un roedor que representa un producto alimenticio nativo, su valor nutricional es muy alto sin embargo el costo de producción no lo es, por este motivo es uno de los principales productos alimenticios de aquellas personas pertenecientes a los sectores rurales que poseen escasos recursos económicos. En los diferentes países se lo reconocer con otros nombres como:

- Cobayo
- Curi
- Guimo
- Conejillo de Indias
- Guinea Pig

#### **4.2.2 Alimentación del cuy**

Según Vargas (2011), la alimentación es considerado como uno de los factores que influye de manera directa en la productividad del cuy, el alimentar no está centrada en el hecho de dar alimento hasta que se llene su capacidad digestiva sino administrarlo en las cantidades que sean necesarias para cubrir los requerimientos nutricionales. Técnicamente la alimentación se debe basar en un 90% de forraje y 10% de concentrado. Es necesario darles pasto verde para que puedan obtener proteínas, minerales, vitamina C, agua y fibra.

Los requerimientos Nutritivos que tiene el cuy son:

*Tabla 1: Nutrientes del Cuy*

<b>Nutrientes</b>	<b>Concentración en la Dieta</b>
Proteína %	12-20
Energía Digestible Kcal/Kg	3000.0
Fibra %	10.0
<b>Aminoácidos</b>	
Arginina %	1.2
Histidina %	0.35
Leucina %	0.6
Lisina %	1.08
Metionina %	0.84
Fenilalanina %	0.6
Treonina %	1.08
Triptofano %	0.6
Valina %	0.18
<b>Minerales</b>	
Calcio %	0.8- 1.0
Fosforo %	0.4-0.7
Magnesio %	0.1- 0.3
Potasio %	0.5-1.4
Zinc mg/kg	20.0
Manganeso mg/kg	40.0
Cobre mg/kg	6.0
Fierro mg/Kg	50.0
Yodo mg/kg	1.0
Selenio mg/kg	0.1
Cromo mg/kg	0.6
<b>Vitaminas</b>	
Vitamina A UI/kg	1000.0
Vitamina D UI/kg	7.0
Vitamina E UI/kg	50.0
Vitamina K mg/kg	5.0
Vitamina C mg/kg	200.0
Tiamina mg/kg	2.0

**Fuente:** Vargas (2011)

**Elaborado por:** Karla Sánchez

FAO (2015) da a conocer que:

La alimentación de cuyes necesita de:

- Proteínas
- Fibra
- Vitaminas
- Energía
- Agua
- Minerales

Todo depende de la fisiología, el medio ambiente y edad en donde se crían. Los requerimientos varían de acuerdo al estado un claro ejemplo es que aquellos cuyes que se encuentra en estado de gestación requieren de mayores requerimientos de proteínas y más aún cuando se encuentran lactando.

La alimentación también se relaciona con el peso del cuy pues un cuy de 500 a 800 g de peso debe consumir un forraje verde de 150 a 240 g por día, es importante que la fuente principal de alimentación del cuy sea el forraje verde ya que este posee el nutriente especial que es la Vitamina C. Además, se puede mencionar una lista de alimentos que pueden consumir como:

- Caña de azúcar
- Quinoa
- Totoras
- Hojas de retamas
- Plátanos
- Chala de maíz
- Hojas de Papa

El cuy requiere de 12° cc de agua por cada 40g de materia seca que haya consumido.

Según INIA (2002), los cuyes al nacer se alimentan de leche materna hasta cumplir

7 días, luego comienzan a alimentarse de alfalfa, pasto y agua ya que la falta de agua se puede ocasionar retardos en el crecimiento y pérdida de peso influyendo directamente al costo de venta.

#### **4.2.3 Tipos de cuy**

Para INIAP (2010), los cuyes se dividen en varios tipos por la variedad y se los agrupa de acuerdo a diversas características como:

##### **Clasificación por conformación:**

**Tipo A.-** Son aquellos cuyes mejorados, este es un clásico en las razas productoras de carne. Son animales que se caracterizan por tener una buena longitud, profundidad y ancho.

**Tipo B.-** Son aquellos cuyes que tiene una forma angulosa, tienen poca profundidad y su desarrollo muscular es escaso. La cabeza es de forma triangular y alargada.

##### **Clasificación por Pelaje:**

**Tipo 1.-** Se caracterizan por poseer un pelo corto, lacio y pegado al cuerpo. Este cuy peruano es productor de carne y es el más difundido. Sus colores por lo general son simple, claros, oscuros o una mezcla de los mencionados.

**Tipo 2.-** Se diferencia por tener pelo lacio pero remolinado, no es considerada como una población dominante, se genera por el cruzamiento de cuyes de diferentes tipos. Son considerados buenos productores de carne.

**Tipo 3.-** Este tipo de cuy tiene el pelo largo y lacio. Es una mezcla de los cuyes de tipo 1 y 2. No es considerada como un buen productor de carne. En varias ocasiones es utilizado como una mascota.

**Tipo 4.-** una de las principales características es tener pelo ensortijado principalmente cuando recién nacen y con el paso del tiempo esto se va perdiendo, la forma de cuerpo y cabeza es redonda. Posee una implementación muscular y saber de carne muy agradable por lo cual resalta entre los demás.

### **Clasificación por colores de pelaje**

Hay dos tipos de pigmentos que se encargan de la coloración del pelaje generalmente son el granular y difuso mismos que generan colores como:

#### ***Pigmento Granular:***

- Rojo
- Marrón
- Negro

#### ***Pigmento Difuso***

- Amarillo Pálido
- Marrón Rojizo

### **4.2.4 Manejo reproductivo**

Para Velásquez, Jiménez, Huamán, San Martín, & Carcelén, el manejo reproductivo de cuyes tiene éxito cuando se realiza una alimentación adecuada. Al formar parte del grupo herbívoro fermentador el cuy aprovecha el forraje verde para consumir las vitaminas, minerales y agua. (2017).

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (2015), la crianza de cuyes en casa brinda la oportunidad de iniciar una empresa mediante la dinámica de producción permitiendo obtener mayor rentabilidad. Existe conocimientos de aspectos fundamentales que el criador debe identificar obteniendo variedad de animales y su valor comercial.

Guerra (2009), menciona que el manejo de cuyes es tiene que ver con una

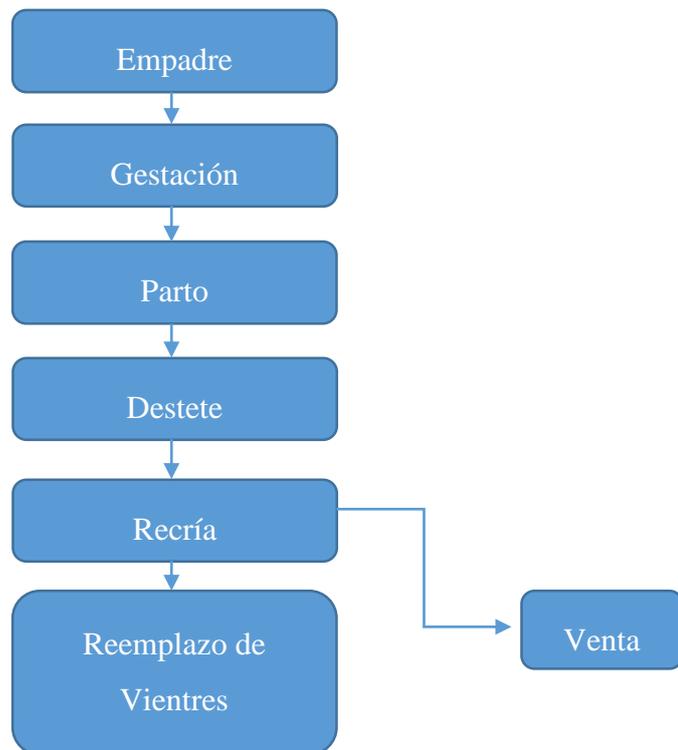
serie de pasos que permite que los se reproduzcan de manera adecuada y obteniendo:

- Cuyes más gordos
- Mayor número de crías por parto
- Animales más sanos

El manejo integral del cuy tiene una secuencia que se detalla así:

- Juntar al maco con la hembra para fines reproductivos
- Período de gestación 64-67 días en generalmente 2 meses
- Llega el parto, la hembra da a luz de entre 2 y 5 crías
- Se desteta a las crías de 18 días de edad
- Al momento de destete se deben separar a las crías según el sexo macho o hembra

**Gráfico 5: Manejo Reproductivo del cuy**



**Fuente:** Guerra (2009)

**Elaborado por:** Karla Sánchez

#### **4.2.5 Crianza comercial**

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (2015), No es recomendable realizar una crianza de cuyes con desperdicios y sin control sanitario ya que esto genera que los cuyes poseen un bajo peso y muy poco nutricional. La crianza tecnificada es la más recomendable ya que esta permite obtener un mejor asesoramiento técnico y los aspectos a tomar en cuenta son:

- Criar a los cuyes de manera separada
- Clasificarlos
- Ubicarlos en jaulas

### **4.3 UNIDAD III: Las ventas**

#### **4.3.1 Diagnostico situacional**

#### **4.3.2 Oferta**

Según Gómez (2014), la oferta expresa un modelo que simplifica la realidad, consiste en la cantidad de bienes que vende la empresa por cada precio. La oferta muestra la cantidad que los productores quieren en un periodo determinado.

Según Álvarez (2013), la oferta es el número o cantidad de bienes o servicios que los ofertantes o vendedores están dispuestos a vender lo que muestra que quieren pueden y desean vender en un tiempo establecido.

#### **4.3.3 Demanda**

Para Gómez (2014), la demanda es aquella que se relaciona con los consumidores y lo que quieren comprar, pero no se puede decir que la demandar es lo mismo que comprar ya que demandar es tener la intención de comprar o está dispuesto a hacer mientras que comprar es adquirirlo realmente.

Según Álvarez (2013), la demanda es aquella cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir, es decir que pueden o tienen intenciones de comprar en un tiempo establecido.

#### **4.3.4 Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es aquel punto en el que la actividad está en condiciones de generar ingresos exactamente iguales a los costos que se encuentran asociados con la venta. Este es el punto en el que la empresa está en cero es decir que no genera utilidad, pero tampoco provoca pérdidas (Salazar B. , 2013).

Para Mazón, Villao, Núñez, & Serrano (2017), este es un punto que tiene como objeto por medio de la proyección de ventas verificar en qué punto la empresa no tendrá ni pérdida ni ganancia, este es importante ya que se considera una herramienta importante para la toma de decisiones debido a la eficiencia y precisión de decisiones.

#### **4.3.5 Márquetin mix**

Para Salazar (2015), el marketing mix es la herramienta que permite a los estudiosos del mercado alcanzar las metas propuestas por medio de la combinación de varios elementos o también llamado mezcla-mix.

Los elementos que se controlan en las empresas y forman parte del marketing total son:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Es muy conocida como la técnica de las cuatro P. La variable o el elemento se pueden combinar de varias formas lo importante esta realizar una buena mezcla de acuerdo a los atributos y deficiencias de la empresa que lo aplica. Se realiza con el fin de cumplir con las necesidades de los consumidores.

Según Vallejo (2016), el marketing mix mismo que anteriormente era más conocido como Las 4P tienen como función realizar un estudio de mercado y su esquema es el siguiente:

**Tabla 2: Marketing Mix**

Producto	Precio	Distribución	Promoción
Atributos y Beneficios Componentes del producto Ciclo de vida del producto	Tipos de precios Fijación de precios Estrategias de precios Formas y condiciones de pago	Canales Coberturas (zonas geográficas) Punto de venta Almacenamiento (Inventario) Transporte	Publicidad Promoción Propaganda Relaciones publicas Venta personal y Ferias exposiciones Multinivel Internet

**Fuente:** Vallejo (2016)

**Elaborado por:** Karla Sánchez

#### 4.3.5.1 Producto

Según Pérez & Martínez (2006), el producto es un bien material o un servicio que es requerido con el consumidor ya con ello se pueden satisfacer necesidades. Las características es cada producto es diferente por lo que cada producto o servicio satisface diferentes necesidades.

## **Características de los productos**

Las características de un producto son atributos que los identifican o los diferencian de otros dándole al cliente la duda de escoger uno que cumpla con todas las necesidades que requiera en cuanto a: calidad, precio, envase, diseño, forma, tamaño, marca, servicio, imagen del producto.

Un producto no es permanente ya que requiere de modificaciones de acuerdo a las necesidades que generando el cliente para poder seguir las vendiendo es por esto que se le da un ciclo de vida útil que se detalla a continuación:

1. Puesto a Punto
2. Lanzamiento
3. Desarrollo
4. Madurez
5. Decadencia

Según Vallejo (2016), producto es cualquier cosa que pueda satisfacer las necesidades o deseos de las personas. Los productos no son solo bienes físicos sino también servicios, personas, animales, lugares, eventos, ideas, etc y cualquier objeto que cubra necesidades de consumidores. Las principales funciones de los productos además de satisfacer las necesidades son contar con atributos y beneficios que incentiven a los clientes a comprar.

### **4.3.5.2 Precio**

Para Vallejo (2016), el precio es el valor monetario que las entidades que prestan servicios o venden productos le asignan al producto, generalmente este factor cambia de acuerdo a al mercado donde se oferta, de acuerdo al gusto o preferencias de los demandantes u otros factores como innovación o productos diferenciados. Este es considerado como un factor que permite el posicionamiento en el mercado dependiendo de la percepción del cliente. Los principales objetivos que tiene el precio asignado son:

Generar Utilidades

Porcentaje de Participación Mayor

Liderazgo en Calidad

El precio puede ser normal, bajo o alto y de esto depende la acogida generalmente se le dan nombre como:

Precio exclusivo

Precio de imagen

Precios Impares (1.99)

Precios que empequeñecen (499.99)

Precios Redondos (10)

#### **4.3.5.3 Plaza**

Según Santo (2018), la plaza no es solo el lugar donde se venden los productos sino también incluyen las estrategias de distribución utilizadas para la entrega, así como los tiempos utilizados. Los canales de distribución son los lugares por donde circulan hasta llegar al consumidor final. Existen varias estrategias que se toman en cuenta al momento de distribuir los productos, así como tipos de plazas que pueden ser plaza de Productos de consumo, Plaza de Productos Industriales, Cobertura de Mercado.

Para Salazar (2014), en esta sección se deben tomar en cuenta todas las variables que se relacionan con el producto desde el momento de la importación o adquisición hasta llegara las manos del cliente final. La plaza termina definiéndose como un grupo de elementos con los cuales la empresa opera.

#### **4.3.5.4 Promoción**

Según Santo (2018), la promoción es un conjunto que abarca varias actividades comerciales que permiten incrementar el nivel de ventas de una empresa en un periodo de tiempo menor al normal. Generalmente en este punto se toman en cuenta actividades como regalos, descuentos, promociones, implementar publicidad, etc.

La publicidad es una de las más importantes ya que con ello se puede dar a conocer a los posibles clientes que tipo de productos se ofrecen o las promociones que se aplican sirviendo como medio de comunicación con los consumidores. Los principales objetivo de promocionar productos o servicios es informar, recordar y persuadir.

## **5 Metodología**

### **5.1 Método**

#### **5.1.1 Método hipotético deductivo**

Mediante este método se podrá identificar la situación actual de cantón Cevallos y como se ha ido desarrollando dentro de la producción de cuy y cuanto han influido los ingresos económicos de los productores.

El método hipotético deductivo es el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica. Este método obliga al científico a combinar la reflexión racional o momento racional (La formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la realidad o momento empírico (La Observación y la Verificación).

##### **5.1.1.1 Fases del método hipotético deductivo**

**Observación:** Es la fase del descubrimiento del problema que se va investigar. Esta suele comenzar con la presencia de una duda o problema que es el origen concreto de la investigación. Una vez que el investigador ha tomado contacto con un problema determinado y ha registrado los datos significativos sobre el mismo, el siguiente paso consiste en formular una hipótesis.

### **5.2 Tipo de investigación**

#### **5.2.1 Investigación de Campo**

Según Arias (2014) , al hablar de la investigación de campo puede mencionar que:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental (pág. 31).

Se lo realizar a través de la observación en el lugar de la investigación facilitando así la información para la investigación.

### **5.2.2 Investigación Descriptiva**

Según Arias (2014):

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (pág. 24).

La presente investigación es descriptiva ya que permitirá describir la repercusión de los ingresos económicos de los productores de cuyes del cantón Cevallos.

### **5.3 Diseño**

#### **5.4 Diseño Documental**

Para Arias (2014), la investigación tiene un diseño documental ya que:

Es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (pág. 27).

La presente investigación tiene un diseño documental ya que se utiliza una recopilación de estudios realizados sobre temas similares.

### **5.5 Población y muestra**

#### **5.5.1 Población**

La población del área rural del cantón Cevallos de la provincia de Tungurahua. es de 4588 personas según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

### 5.5.2 Muestra

Para la investigación se tomará una muestra como parte representativa en lo cual se considerará del total de pobladores de zona rural del cantón Cevallos

n= Tamaño de la muestra

m= Tamaño de la Población

e= Error admisible

**Fórmula:** 
$$n = \frac{m}{e^2(m-1)+1}$$

$$n = \frac{4588}{(0.0036)(4587) + 1}$$

$$n = \frac{4588}{16.5132+1}$$

$$n = \frac{4588}{17.5132}$$

$$n = 261.97$$

**n= 262 productores**

De la población total de la zona rural del cantón Cevallos se tomará una muestra de 262 personas ya que este es un sector donde por lo general los habitantes se dedican a la producción de cuyes por los amplios terrenos y sembríos que permiten el correcto cuidado de estos animales.

## **5.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **5.6.1 Técnicas**

#### **5.6.1.1 Encuestas**

Para Arias (2014), la encuesta:

Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular. (pág. 72).

Permitirá conocer cómo se lleva a cabo la producción de cuy y como esta ha influido en la repercusión de los ingresos económicos.

### **5.6.2 Instrumentos**

#### **5.6.2.1 Cuestionario de encuesta**

Según Arias (2014), el cuestionario:

Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador. (pág. 74).

Para la presente investigación se utiliza un cuestionario de 9 preguntas mismas que nos permiten saber las condiciones en las que producen, las ventas, la pertenencia a una asociación, etc. (Ver Anexo 1)

### **5.6.3 Técnicas de procesamiento de la información**

Según Arias (2014):

Se entenderá por técnica de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información. (pág. 67).

La técnica que se utilizará para el manejo de los resultados encontrados con la recolección de datos se representa en cuadros y gráficos estadísticos. Para la comprobación de hipótesis se procederá a realizar la prueba de chi cuadrado. la herramienta que se utiliza para este proceso es el programa estadístico SPSS.

## 6 Resultados y discusión

### 6.1 Resultados de la Encuesta

Los resultados de la investigación se realizan en base a la información recolectada a los 262 productores de cuyes del cantón Cevallos encuestados.

1. Cuántos cuyes reproductores tiene.

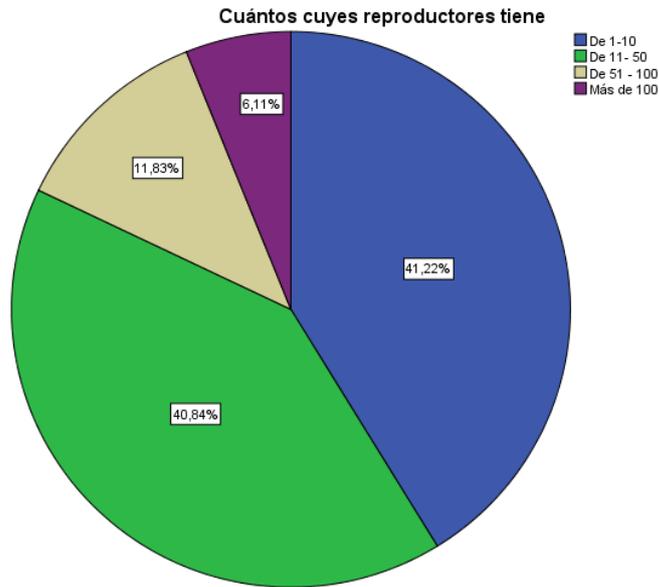
**Tabla 3: Cuyes Reproductores**

<b>Cuántos cuyes reproductores tiene</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1-10	108	41,2	41,2	41,2
	De 11- 50	107	40,8	40,8	82,1
	De 51 - 100	31	11,8	11,8	93,9
	Más de 100	16	6,1	6,1	100,0
	Total	262	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karla Sánchez

**Gráfico 6: Cuyes Reproductores**



Fuente: Tabla 1 Cuyes Reproductores

Elaborado por: Karla Sánchez

### **Análisis e Interpretación**

Luego de aplicar la encuesta a los productores de cuyes del cantón Cevallos se puede observar que el 41.2% poseen de 1 a 10 cuyes reproductores, un 40.8% tiene de 11 a 50 cuyes, por otro lado, un 11.8% cuentan de 51 a 100 y tan solo un 6.1% poseen más de 100 cuyes reproductores.

Según las encuestas aplicadas la mayor parte de productores de cuyes poseen de entre 1 y 50 cuyes reproductores ya que es indispensable para poder incrementar la cantidad de cuyes.

2. Cuántos cuyes destina al mes para la venta.

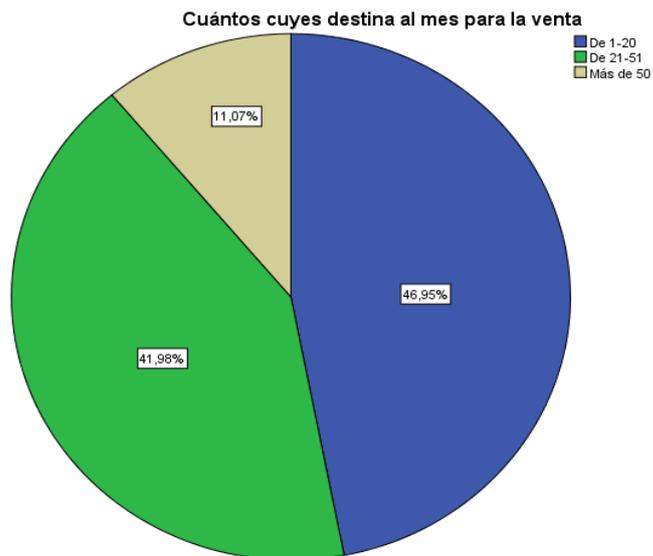
**Tabla 4: Cuyes destinados a la Venta Mensual**

<b>Cuántos cuyes destina al mes para la venta</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1-20	123	46,9	46,9	46,9
	De 21-50	110	42,0	42,0	88,9
	Más de 50	29	11,1	11,1	100,0
	Total	262	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karla Sánchez

**Gráfico 7: Cuyes destinados a la Venta Mensual**



Fuente: Tabla 2 Cuyes destinados a la Venta Mensual

Elaborado por: Karla Sánchez

## **Análisis e Interpretación**

Por medio de la encuesta se determina que un 46.9% de los productores destinan para la venta de 1 a 20 cuyes, un 42% destinan de 21 a 51 cuyes y un 11.1% destinan más de 50 cuyes para la venta en el mes

También se puede observar que la mayoría de los productores crían pequeñas cantidades de entre 1 y 50 cuyes para irlos vendiendo conforme los van cuidando y reproduciendo pues aquellos que poseen grandes cantidades lo realizan como una actividad de negociación al por mayor, pero en realidad son muy pocos siendo este el motivo por el cual no se destinan para la venta grandes cantidades.

### 3. Cuántos cuyes vende al mes

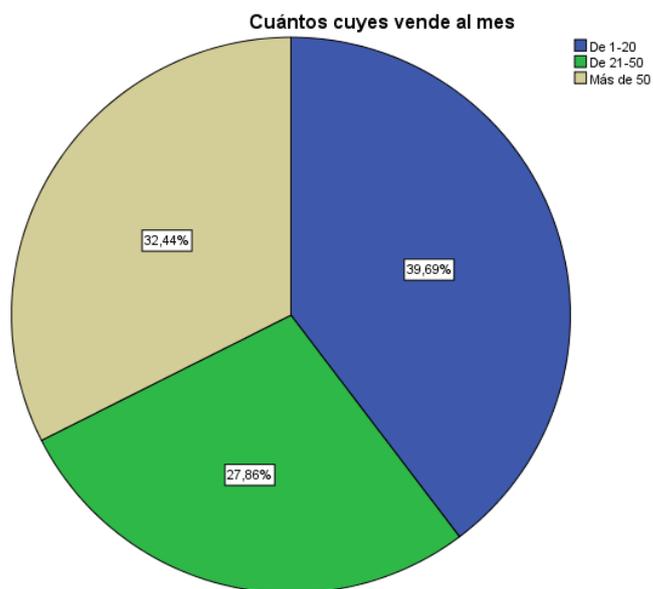
**Tabla 5: Cuyes Vendidos al Mes**

<b>Cuántos cuyes vende al mes</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1-20	104	39,7	39,7	39,7
	De 21-50	73	27,9	27,9	67,6
	Más de 50	85	32,4	32,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karla Sánchez

**Gráfico 8: Cuyes Vendidos al Mes**



Fuente: Tabla 3 Cuyes Vendidos al Mes

Elaborado por: Karla Sánchez

## **Análisis e Interpretación**

Al realizar la recolección de información se puede observar que un 39.7% al mes venden de entre 1 y 20 cuyes, un 32.4% venden más de 50 cuyes y un 27.9% venden de 21 a 50 cuyes.

Cabe volver a recalcar que la mayoría de productores vende de entre 1 y 20 cuyes esto se debe a que la mayoría no cuenta con grandes cantidades de cuyes productores impidiendo el incremento de unidades a criar. Además, se puede observar que la mayoría no cumple con las ventas destinadas.

#### 4. Los cuyes son producidos en el Cantón Cevallos

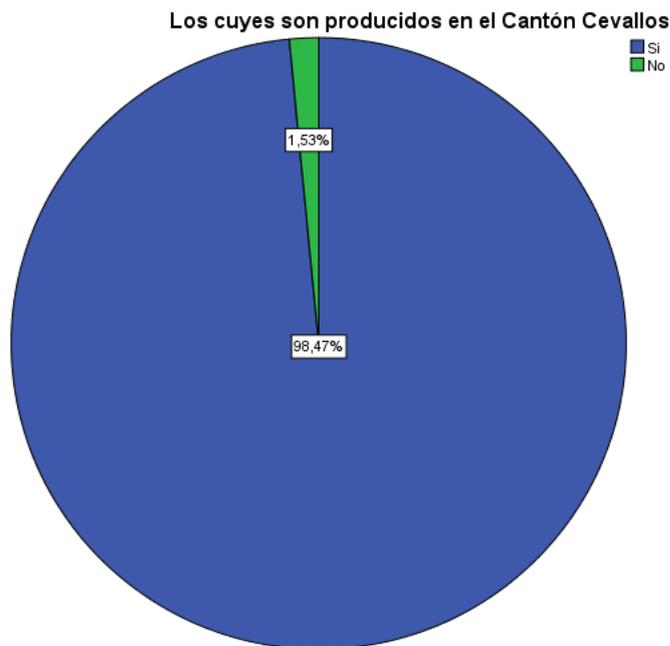
**Tabla 6: Los Cuyes son Producidos en Cevallos**

<b>Los cuyes son producidos en el Cantón Cevallos</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	258	98,5	98,5	98,5
	No	4	1,5	1,5	100,0
Total		262	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karla Sánchez

**Gráfico 9: Los Cuyes son Producidos en Cevallos**



Fuente: Tabla 4 Los Cuyes son Producidos en Cevallos

Elaborado por: Karla Sánchez

### **Análisis e Interpretación**

Los encuestados dan a conocer que un 98.5% son producidos en el cantón Cevallos mientras que un 1.5% no los produce en Cevallos.

Se puede referir que la mayoría si con producidos en Cevallos y los que no son porque perteneces a sectores aledaños mismos que ya forman parte de otro cantón.

## 5. Tiene cuidados ambientales en la producción de cuyes

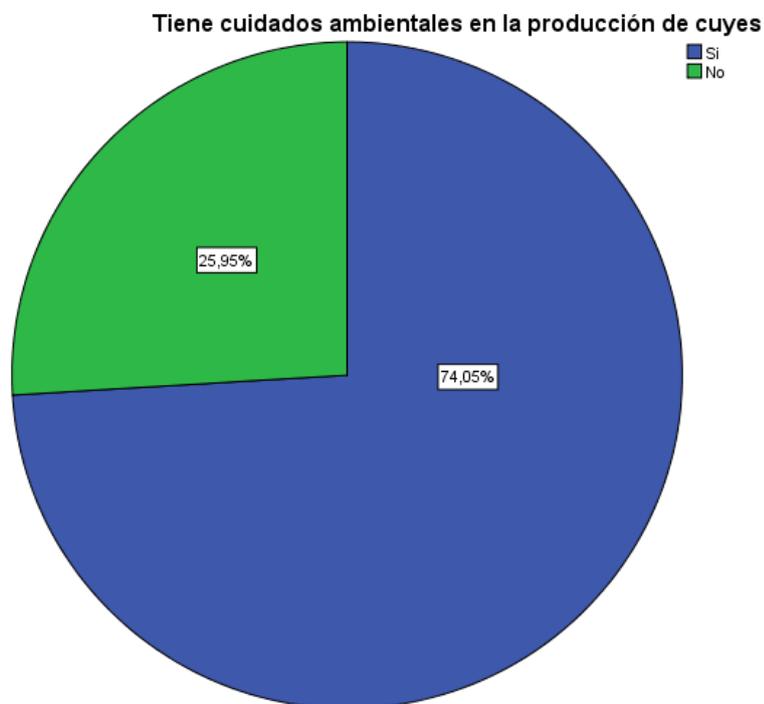
**Tabla 7: Tienen Cuidados Ambientales**

<b>Tiene cuidados ambientales en la producción de cuyes</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	194	74,0	74,0	74,0
	No	68	26,0	26,0	100,0
Total		262	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karla Sánchez

**Gráfico 10: Tienen Cuidados Ambientales**



Fuente: Tabla 5 Tienen Cuidados Ambientales

Elaborado por: Karla Sánchez

### **Análisis e Interpretación**

Según las encuestas los productores de cuyes en un 74% si tienen cuidados ambientales mientras que un 26% no lo realizan.

Cabe recalcar que la mayor parte de productores tienen cuidados ambientales ya que con ello pueden tener cuyes sanos pues la acumulación de gérmenes ocasiona cuyes enfermos y mejorar la producción.

## 6. Los cuyes sobre todo son vendidos en el Cantón Cevallos

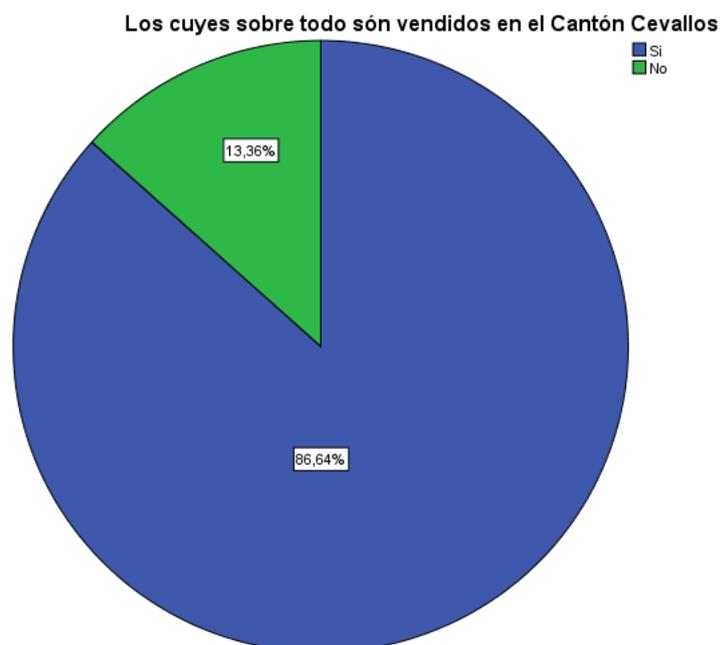
**Tabla 8: Cuyes Vendidos en Cevallos**

<b>Los cuyes sobre todo son vendidos en el Cantón Cevallos</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	227	86,6	86,6	86,6
	No	35	13,4	13,4	100,0
Total		262	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karla Sánchez

**Gráfico 11: Cuyes Vendidos en Cevallos**



Fuente: Tabla 6 Cuyes Vendidos en Cevallos

Elaborado por: Karla Sánchez

## **Análisis e Interpretación**

Luego de aplicar la encuesta se puede identificar que el 86.64% venden los cuyes en el cantón Cevallos mientras que un 13.36% los venden en lugares externos.

Es importante mencionar que la mayor parte de cuyes que se producen en el cantón Cevallos son vendidos en el mismo, ya que existen ferias, plazas y mercados donde se pueden ofertar.

7. Pertenece alguna asociación de productores de cuy

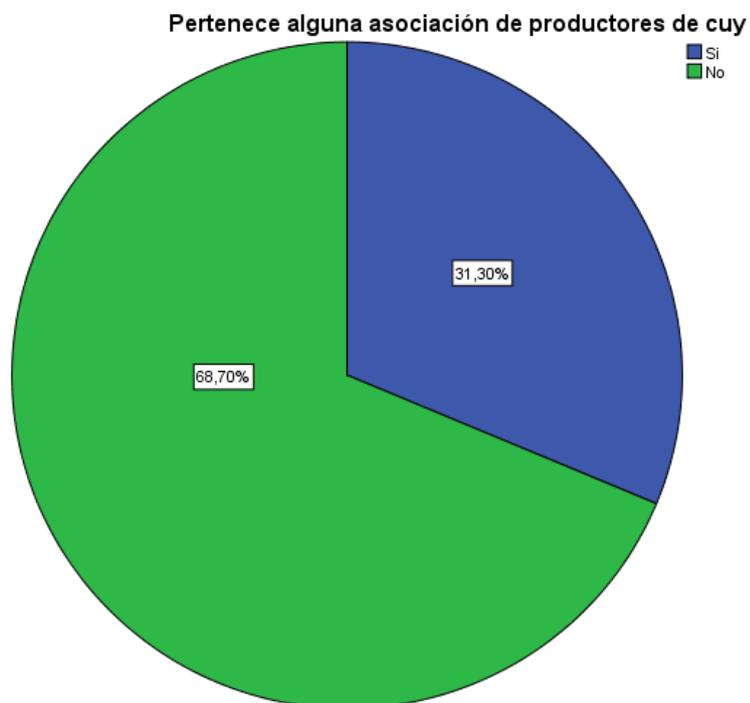
**Tabla 9: Pertenece a alguna Asociación**

<b>Pertenece alguna asociación de productores de cuy</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	82	31,3	31,3	31,3
	No	180	68,7	68,7	100,0
Total		262	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karla Sánchez

**Gráfico 12: Pertenece a alguna Asociación**



Fuente: Tabla 7 Pertenece a alguna Asociación

Elaborado por: Karla Sánchez

## **Análisis e Interpretación**

Las encuestas aplicadas a los productores de cuyes dan a conocer que el 68.7% no pertenecen a ninguna asociación de productores de cuyes, mientras que un 31.3% si pertenece a alguna.

Dando a concluir que la gran mayoría no pertenecen a alguna asociación ya que prefieren ser vendedores independientes, otros son minoristas y otros no se asocian porque no cuentan con información alguna. Cabe mencionar que para pertenecer una asociación se requiere contar con almenas 50 cuyes reproductores.

8. Lleva un registro contable de ventas

Tabla 10: Llevan Registros Contables de Ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	104	39,7	39,7	39,7
	No	158	60,3	60,3	100,0
	Total	262	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karla Sánchez

Gráfico 13: Llevan Registros Contables de Ventas



Fuente: Tabla 8 Llevan Registros Contables de Ventas

Elaborado por: Karla Sánchez

## **Análisis e Interpretación**

Al realizar la recolección de datos se puede identificar que un 60.3% no llevan registros contables de ventas mientras que un 39.7% si los llevan, la mayor parte del análisis no lleva registros contables ya que mucho no tienen conocimientos sobre el tema.

9. Con las ventas realizadas cree usted que aporta al desarrollo del Cantón Cevallos

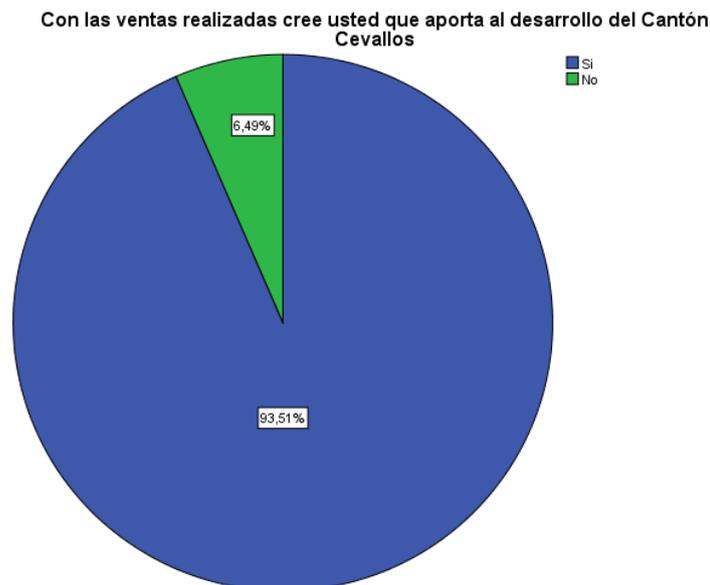
**Tabla 11: La Venta de Cuyes aporta al Desarrollo Cantonal**

<b>Con las ventas realizadas cree usted que aporta al desarrollo del Cantón Cevallos</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	245	93,5	93,5	93,5
	No	17	6,5	6,5	100,0
	Total	262	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karla Sánchez

**Gráfico 14: La Venta de Cuyes aporta al Desarrollo Cantonal**



Fuente: Tabla 9 La Venta de Cuyes aporta al Desarrollo Cantonal

Elaborado por: Karla Sánchez

## **Análisis e Interpretación**

Luego de aplicar las encuestas se puede identificar que un 93.5% consideran que la venta de cuyes ayuda al desarrollo del cantón Cevallos, mientras que un 6.5% no piensan lo mismo.

Se determina que la mayor parte de encuestados piensan que la venta de cuyes aporta al desarrollo del Cantón Cevallos ya que ayuda a mejorar la economía, mejora el nivel de comercio incrementando los ingresos del cantón.

## **6.2 Discusión**

La investigación permite reconocer que la mayoría de productores cuentan de entre 1 y 50 cuyes reproductores ya que es indispensable para poder incrementar la cantidad de cuyes a conservar y comercializar, por ser pequeña esta cantidad la mayoría destinan para la venta un número menor a 50 cuyes y de estos las ventas reales son menores de igual manera. Es importante mencionar que la mayor parte de cuyes son producidos en Cevallos y vendidos en el mismo lugar. Por otro lado, se puede encontrar que generalmente los productores no forman parte de asociaciones ya que prefieren trabajar de manera independiente. Así mismo estos productores tienen muy en cuenta los cuidados ambientales pues con ello evitan enfermedades y mantienen cuyes sanos, También se destaca que por ser personas que pertenecen a los sectores rurales no cuentan con conocimientos sobre los registros contables de las ventas efectuadas, pues no tienen idea de lo que significan estos registros ni de los beneficios que se podrían generar. Finalmente se puede mencionar que las ventas permiten un mejor desarrollo del cantón ya que ayudan a mejorar la economía y el nivel de ingresos de los pobladores.

## **6.3 Comprobación de hipótesis**

Para poder verificar la hipótesis es necesario trabajar con las frecuencias obtenidas en los resultados de las respectivas variables.

### **6.3.1 Planteamiento de la Hipótesis**

**Variable Independiente:** Producción de Cuy

**Variable Dependiente:** Nivel de Ventas

#### **Hipótesis Nula**

Ho: El nivel de ventas está asociado negativamente con la Producción de Cuy.

### **Hipótesis Alternativa**

H1: El nivel de ventas está asociado efectivamente con la Producción de Cuy.

### **6.3.2 Estimador Estadístico**

Para la ejecución de la prueba estadística se utiliza el chi cuadrado  $X^2$  mismo que permite determinar las frecuencias esperadas o teóricas y esperadas.

Para esto se aplica la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \left[ \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e} \right]$$

### **Simbología**

$X^2$  = Chi - cuadrado

$\Sigma$  = Sumatoria

$f_0$  = Frecuencia Observada

$f_e$  = Frecuencia Esperada

### 6.3.3 Cálculo de Chi-Cuadrado

**Tabla 12: Los cuyes son producidos en el Cantón Cevallos\*Cuántos cuyes destina al mes para la venta tabulación cruzada**

Recuento

		Cuántos cuyes destina al mes para la venta			Total
		De 1-20	De 21-51	Más de 50	
Los cuyes son producidos en el Cantón Cevallos	Si	121	110	27	258
	No	2	0	2	4
Total		123	110	29	262

Elaborado por: Karla Sánchez

**Tabla 13: Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	7,276 <sup>a</sup>	2	,026
Razón de verosimilitud	6,396	2	,041
Asociación lineal por lineal	1,154	1	,283
N de casos válidos	262		

Elaborado por: Karla Sánchez

#### **Interpretación:**

De acuerdo a la Prueba de Chi-Cuadrado de Pearson la significancia es igual a 0,026 y al ser menor que 0.05 se determina que la hipótesis se acepta. Esto quiere decir

que con un nivel de confianza de 95% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa de que el nivel de ventas está asociado positivamente con la Producción de Cuy.

## **7 Conclusiones y Recomendaciones**

### **7.1 Conclusiones**

- Se concluye que con la venta de cuyes ayudamos al mercado local ya que con el número de cuyes vendidos pueden satisfacer las necesidades de los clientes contribuyendo con el desarrollo del cantón Cevallos.
- Dentro del trabajo investigativo existen asociaciones que permiten comercializar los cuyes, la mayor parte de productores comercializan sus productos de manera independiente en plazas, mercados y ferias que se realizan en el cantón. Pues existen muchos requerimientos y restricciones para pertenecer a los mismos.
- La producción y comercialización de cuyes que se genera en el cantón Cevallos es buena porque los cuyes tienen un ambiente propicio para su crianza y producción, a más de ello la zona en la que se ubica el cantón es muy comercial siendo considerado como un lugar turístico y contar con un atractivo gastronómico cuyo plato principal son las papas con cuy.

### **7.2 Recomendaciones**

- Incrementar la cantidad de ferias efectuadas para la demostración y venta de cuyes en el cantón Cevallos para mejorar los ingresos de los productores.
- Gestionar el apoyo de entidades de gobierno para poder recibir capacitaciones que permita mejorar la producción de cuyes en el cantón Cevallos.
- Incentivar a los pobladores del cantón Cevallos para producir y comercializar cuyes ofreciendo pequeños créditos para sus proyectos; pues así las mismas beneficiarias en el área gastronómica a la zona.

## 8 Bibliografía

- Acosta, A. (2009). *El buen vivir, una oportunidad por construir*. Obtenido de <https://www.alainet.org/es/active/29019>
- Álvarez, C. (2013). *La oferta, la demanda y el mercado*. Obtenido de [https://campusvirtual.ull.es/ocw/pluginfile.php/5822/mod\\_resource/content/0/Presentacion\\_de\\_Tema\\_2\\_OCW\\_Economia\\_2013.pdf](https://campusvirtual.ull.es/ocw/pluginfile.php/5822/mod_resource/content/0/Presentacion_de_Tema_2_OCW_Economia_2013.pdf)
- Arias, F. (12 de 2014). *El Proyecto de Investigación* . Obtenido de Introducción a la Metodología Científica: <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Borja Ulloa, A. R. (2015). *La producción de cuyes y su incidencia en los ingresos económicos de las familias productoras de especies menores de la parroquia de Quisapincha, provincia de Tungurahua*. Ambato, Tungurahua, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Borja, Ana;. (2015). *LA PRODUCCIÓN DE CUYES Y SU INCIDENCIA DE LOS INGRESOS ECONÓMICOS DE LAS FAMILIAS PRODUCTORAS DE ESPECIES MENORES DE LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. Obtenido de <https://docplayer.es/48048852-Universidad-tecnica-de-ambato-facultad-de-contabilidad-y-auditoria-carrera-de-economia.html>
- CICAD. (2010). *Cantón Cevallos*. Obtenido de [http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento\\_institucional/savia/PDF/Cant%C3%B3n%20Cevallos.pdf](http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/savia/PDF/Cant%C3%B3n%20Cevallos.pdf)
- Dirección de Recursos y Gestión Ambiental. (2013). *Boletín Meteorológico Trimestral de Tungurahua*. Obtenido de <http://rrnn.tungurahua.gob.ec/documentos/ver/526558ff83ba884c3b00002a>
- El Universo. (15 de 04 de 2018). *Tren ofrece dulce visita en el cantón Cevallos*.

- Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/15/nota/6713571/tren-ofrece-dulce-visita-canton-cevallos>
- FAO. (2015). *ALIMENTACIÓN DE CUYES Y CONEJOS*. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/V5290S/v5290s45.htm>
- GAD Municipal del cantón Cevallos. (2014). *GAD Municipal del cantón Cevallos*; Obtenido de <https://www.cevallos.gob.ec/index.php/2014-04-24-20-22-23/historia/9-ciudad>
- Gómez, G. (09 de 2014). *El mercado, oferta y demanda*. Obtenido de <http://iesvandelvira.com/wp-content/uploads/2014/09/Apuntes-Tema-4-15-16.pdf>
- Guerra, C. (2009). *Manual Técnico de Crianza de Cuyes* . Obtenido de [http://www.cedepas.org.pe/sites/default/files/manual\\_tecnico\\_de\\_crianza\\_de\\_cuyes.pdf](http://www.cedepas.org.pe/sites/default/files/manual_tecnico_de_crianza_de_cuyes.pdf)
- Ibarra, J. (2010). *Administración de Ventas*. Obtenido de <http://administracion.yolasite.com/resources/AdmonVtas.pdf>
- INIA. (2002). *Instituto Nacional de Investigación Agraria*. Obtenido de <http://usi.earth.ac.cr/glas/sp/50000202.pdf>
- INIAP. (2010). *Producción de Cuyes*. Obtenido de [http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/Manual\\_%20cuyes.pdf](http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/Manual_%20cuyes.pdf)
- La Hora. (06 de 12 de 2010). *Proyectos de turismo en Cevallos*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101058854/proyectos-de-turismo-en-cevallos>
- Mayorga , C. (2015). PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD EN LA INDUSTRIA DE CALZADO ECUATORIANA: CASO EMPRESA. *Revista ECA Sinergia*, 88-100.
- Mayorga , C., Ruiz , M., Mantilla, L., & Moyolema , M. (2015). Los procesos de producción y la productividad en la industria de calzado ecuatoriana: Caso

- empresa Mabelyz. *Congreso Iberoamericano de Investigación sobre MIPyME*, 1-20. Obtenido de <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Los%20procesos%20de%20produccion%20y%20la%20productividad%20en%20la%20industria%20de%20calzado.pdf>
- Mazón, L., Villao, D., Núñez, W., & Serrano, M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba –Ecuador. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 14-24.
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2015). Crianza Tecnificada de Cuyes. *INIA*, 1-32.
- Ministerio de Agricultura, G. A. (4 de Febrero de 2016). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-fortalece-la-produccion-y-comercializacion-de-cuyes-en-cevallos/>
- Moreira, A. (2015). *Análisis de la situación pecuaria nacional, y la producción de cuyes y conejos a nivel provincial*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/3298/1/ECUACE-2015-CA-CD00133.pdf>
- Pérez, D., & Martínez, I. (2006). *El producto Concepto y Desarrollo*. Obtenido de <file:///C:/Users/Asus/Downloads/componente45111.pdf>
- Pérez, D., & Pérez, I. (2006). Introducción a la Función de Marketing y Ventas. Conceptos Básicos. *eoí*, 1-78.
- RMR PERÚ. (2018). *CRianza COMERCIAL DE CUYES*. Obtenido de <http://www.rmr-peru.com/crianza-de-cuyes.htm>
- Salazar, B. (2013). *Análisis de Punto de Equilibrio*. Obtenido de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/produccion/analisis-del-punto-de-equilibrio/>

- Salazar, L. (2014). *PLAN DE MARKETING: CAFÉ Y CHOCOLATE UNA PROPUESTA CUALITATIVA PARA LA COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES*. Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/38114/Documento\\_completo.pdf?sequence=3](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/38114/Documento_completo.pdf?sequence=3)
- Salazar, R. (2015). *Estrategias del Marketing Mix*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf>;Estrategias
- Santa, G. (2018). *Plaza y Publicidad* . Obtenido de [http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/funda\\_mercadeo/contenido\\_u4.pdf](http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/funda_mercadeo/contenido_u4.pdf)
- Sempere, J., Acosta, A., Abdallah, S., & Ortí, M. (2010). *Enfoques sobre bienestar y buen vivir*. Obtenido de [https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/Dossier/Dossier\\_Enfoques\\_sobre\\_bienestar\\_y\\_buen\\_vivir.pdf](https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/Dossier/Dossier_Enfoques_sobre_bienestar_y_buen_vivir.pdf)
- Tipán, M., & Cando, P. (2017). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO: CRIANZA, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUYES COMO ALTERNATIVA DE MEJORAMIENTO DE LA SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS MORADORES DE LA PARROQUIA LICAN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9472/1/T-UC-0005-006-2017.pdf>
- Tren Andino. (2018). *Cantón Cevallos*. Obtenido de <http://www.trenandino.com/rehabilitacion-del-tren/cevallos.php>
- Vallejo, L. (2016). *Marketing en Productos y Servicios*. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/pdf/14/marketing%20en%20productos%20y%20servicios.pdf>
- Vargas, S. (2011). *“DETERMINACIÓN DE LA GANANCIA DE PESO EN CUYES*

(*CAVIA PORCELLUS*), *CON DOS TIPOS DE ALIMENTO BALANCEADO*". Obtenido de

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3319/1/TESIS.pdf>

Velásquez, S., Jiménez, R., Huamán, A., San Martín, F., & Carcelén, F. (2017). Efecto de Tres Tipos de Empadre y Dos Tipos de Alimentación sobre los Índices Reproductivos en Cuyes Criados. *Rev Inv Vet Perú*, 359-369.

## 9 Anexos

### 9.1 Anexo 1 Encuesta



**Universidad NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**Carrera de Ingeniería Comercial**

Objetivo: Diagnosticar de qué manera las ventas de cuy benefician al mercado local y la satisfacción del mismo.

Dirigido a: Productores de Cuy Cantón Cevallos Provincia de Tungurahua

Encuesta:

1. Cuántos cuyes reproductores tiene.

De 1-10  De 11- 50  De 51 - 100  Más de 100

2. Cuántos cuyes destina al mes para la venta.

De 1-20  De 21-50  Más de 50

3. Cuántos cuyes vende al mes

De 1-20  De 21-50  Más de 50

4. Los cuyes son producidos en el Cantón Cevallos.

Si  No

5. Tiene cuidados ambientales en la producción de cuyes.

Si  No

Por qué .....

6. Los cuyes sobre todo son vendidos en el Cantón Cevallos.

Si  No

Por qué .....

7. Pertenece alguna asociación de productores de cuy.

Si  No

Por qué .....

8. Lleva un registro contable de ventas

Si  No

Por qué .....

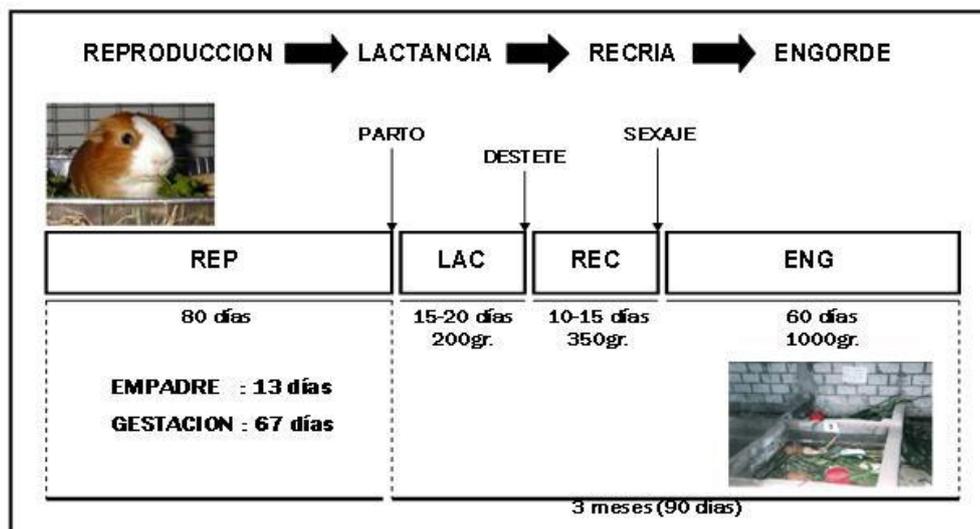
9. Con las ventas realizadas cree usted que aporta al desarrollo del Cantón Cevallos.

Si  No

Por qué .....

## 9.2 Anexo 2: FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL CUY

### CICLO PRODUCTIVO



Fuente: Guerra (2009)

Elaborado por: Karla Sánchez

## 9.3 Anexo 3 CUADRO DE INGRESOS

CUYES DESTINADOS AL MES PARA LA VENTA	PRECIO DE VENTA DE LOS CUYES		
	PROMEDIO	MÍNIMO	MÁXIMO
De 1-20	6.60	6.00	7.00
De 21-21	6.50	4.00	8.00
Más de 50	6.70	5.00	9.00
Promedio de venta	6.60		

Elaborado por: Karla Sánchez

La presente tabla contiene los precios de venta de cuyes estimados dentro del mercado en los diferentes rangos, donde se observa que el precio promedio para la venta de cuyes es de 6.60 dólares.

#### 9.4 Anexo 4: aplicaciones del marketing mix

Producto	Precio	Distribución	Promoción
Producción del cuy destinado para la venta en pie del mismo.	Tipos de precios: Del productor al consumidor. Del productor al intermediario y luego finalmente al consumidor	Los principales puntos de ventas son las ferias que se realizan dentro y fuera del cantón Cevallos y también en las diferentes viviendas de los productores.	Si se contara con el apoyo del gobierno se podría realizar una asociación sin fines de lucro en donde se puede crear campañas publicitarias con ayuda del internet.

Elaborado por: Karla Sánchez