

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**  
**FACULTAD DE ECONOMÍA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**TESIS**

---

**ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA CRIANZA DE CUYES DE LA  
COMUNIDAD CAMPESINA DE CHIHUACO-CANCHIS, 2022**

---

**PRESENTADA POR:**

- Br. REY EFRAIN ANDERSSON SARAYA TTITO

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE  
ECONOMISTA**

**ASESOR:**

**Dr. RAFAEL FERNANDO VARGAS SALINAS**

**CUSCO – PERÚ**

**2024**

# INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: ANÁLISIS DE LA  
COMPETITIVIDAD EN LA CRIANZA DE CUYES DE LA  
COMUNIDAD CAMPESINA DE CHIHUACO - CANCHIS, 2022

presentado por: SARAYA TITO REY EFRAIN ANDERSSON con DNI Nro. 73301232 presentado  
por: ..... con DNI Nro.: ..... para optar el título  
profesional/grado académico de ECONOMISTA

..... Informo  
que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 03 veces, mediante el Software  
Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la  
evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9 %.

## Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una(X)
del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 19 de ABRIL de 2024

.....  
Firma

Post firma: RAFAEL FERNANDO VARGAS SALINAS

Nro. de DNI: 23947028

ORCID del Asesor 0000-0002-1416-6971

### Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.

Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: **oid:**

<https://unsaac.turnitin.com/viewer/submissions/oid:27259:347774628?locale=es-MX>

NOMBRE DEL TRABAJO

**ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA CRIANZA DE CUYES DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE CHIHUACO-CANCHIS,**

AUTOR

**Rey Saraya Ttito**

RECUENTO DE PALABRAS

**19571 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**105477 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**99 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**4.4MB**

FECHA DE ENTREGA

**Apr 16, 2024 7:49 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Apr 16, 2024 7:50 PM GMT-5**

### ● 9% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)

## Dedicatoria

### **A Dios:**

Por darme la oportunidad de llegar hasta aquí y por siempre estar conmigo en cada paso que doy, por darme salud, sabiduría y guiarme para superar todos los obstáculos de mi vida.

### **A mis amados padres:**

A mi padre Efrain Saraya y mi madre Antonia Ttito por su sacrificio, por su amor, comprensión y su apoyo incondicional para poder lograr mis metas y objetivos trasados.

### **A mi hija y esposa:**

Antonella y kyara por su compañía, su cariño, amor, por ser parte de mi vida, por ser mi motor y mayor inspiración para seguir adelante, por estar ahí en los momentos más difíciles y por los buenos momentos compartidos.

## **Agradecimientos**

A la Universidad Nacional de San Antonio Abad Del Cusco y a la Escuela Profesional de Economía, por ser alma mater de mi formación profesional y un reconocimiento a todos y cada uno de los docentes.

Al asesor de mi tesis Dr. Rafael Vargas Salinas, por brindarme la oportunidad de recurrir a su gran capacidad y experiencia profesional, en un marco de confianza, afecto y amistad; por su inmensa paciencia, orientación y su apoyo incondicional. Por contribuir todos sus conocimientos para realizar el presente trabajo de investigación.

A mi gran amigo Alex por su apoyo y colaboración en la presente investigación.

A los distinguidos miembros del jurado por su valioso tiempo y sus sabios consejos.

## Índice General

Índice General .....	iv
Índice de Tablas .....	viii
Índice de Figuras .....	x
Introducción .....	xiv
Capítulo I Planteamiento del Problema.....	1
1.1.    Situación problemática.....	1
1.1.1.  Problema general.....	4
1.1.2.  Problemas específicos .....	4
1.2.    Objetivos de la Investigación.....	4
1.2.1.  Objetivo general .....	4
1.2.2.  Objetivos específicos.....	4
1.3.    Justificación .....	5
1.3.1.  Justificación teórica.....	5
1.3.2.  Justificación practica.....	5
1.3.3.  Justificación económica .....	6
1.3.4.  Justificación metodológica.....	6
1.3.5.  Justificación personal .....	6
1.4.    Delimitación de la Investigación .....	6
Capítulo II .....	8

Marco Teórico .....	8
2.1.    Antecedentes de la Investigación .....	8
2.1.1.    Antecedente Internacional .....	8
2.1.2.    Antecedentes Nacionales .....	9
2.1.3.    Antecedente local .....	11
2.2.    Bases Teóricas .....	12
2.2.1.    Teorías Generales de Competitividad .....	12
2.2.2.    Competitividad .....	15
2.3.    Marco Conceptual .....	23
2.4.    Formulación de Hipótesis .....	25
2.5.    Variables .....	25
2.5.1.    Identificación de las variables .....	25
2.5.2.    Operacionalización de Variable, Dimensiones e Indicadores .....	26
Capítulo III Método de Investigación .....	27
3.1.    Nivel de Investigación .....	27
3.2.    Enfoque de Investigación .....	27
3.3.    Diseño de Investigación .....	27
3.4.    Población y Muestra de la Investigación .....	28
3.4.1.    Población .....	28
3.4.2.    Muestra .....	28

3.5. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos .....	29
3.5.1. Técnica .....	29
3.5.2. Instrumento.....	29
3.6. Procesamiento de Datos .....	29
Capítulo IV. Resultados .....	30
4.1. Datos Generales .....	30
4.2. Acerca de los aspectos sistémicos.....	33
4.2.1. Clima o Entono de negocio .....	34
4.2.2. Políticas de fomento y promoción.....	36
4.3. Sobre los aspectos sectoriales .....	37
4.3.1. Estructura de mercado.....	38
4.3.2. Regulaciones específicas.....	39
4.3.3. Políticas de apoyo .....	40
4.4. Aspectos empresariales .....	42
4.4.1. Eficiencia.....	42
4.4.2. Capacidad.....	45
4.3. Análisis de Variable .....	48
Discusión de Resultandos .....	50
Conclusiones .....	54
Recomendaciones.....	57

Referencias Bibliográficas .....	59
Anexos.....	63
Anexo 1. Matriz de consistencia .....	64
Anexo 2. Instrumento de investigación.....	65
Anexo 3. Permiso de trabajo de campo.....	73
Anexo 4. Reconocimiento de variables bajo la mirada clásica de la de economía.....	74
Anexo 5. Disgregado de resultados.....	75
Anexo 4. Material Fotográfico .....	76

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de variables .....	26
<b>Tabla 2</b> Rangos de edad de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco .....	30
<b>Tabla 3</b> Sexo de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco .....	31
<b>Tabla 4</b> Oficio o profesión del de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco .....	32
<b>Tabla 5</b> Nivel de Asociación empresarial de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco.....	34
<b>Tabla 6</b> Cantidad y Estado de Industrias Conexas y de Apoyo para la producción de carne de cuy, existentes en la comunidad de Chihuaco .....	35
<b>Tabla 7</b> Nivel de calidad de políticas de fomento para la producción de carne de cuy en la comunidad de Chihuaco .....	36
<b>Tabla 8</b> Grado de competencia y rivalidad de las empresas de crianza de cuy en la comunidad de Chihuaco.....	38
<b>Tabla 9</b> Normativas de salubridad para la producción de carne de cuy en la comunidad de Chihuaco.....	39
<b>Tabla 10</b> Apoyo en el financiamiento de la inversión inicial.....	40
<b>Tabla 11</b> Apoyo financiero por la municipalidad en el proceso productivo .....	41
<b>Tabla 12</b> Inversión en capacitación.....	41
<b>Tabla 13</b> Ganancias por Temporal de producción del cuy.....	42
<b>Tabla 14</b> productividad referencial .....	44
<b>Tabla 15</b> Manejo de información y costo unitario de producción.....	44
<b>Tabla 16</b> Inversión en intangible, creación de marca.....	45
<b>Tabla 17</b> Número de personas que participan en la producción de cuy.....	46

<b>Tabla 18</b> Existencia de un profesional o técnico en la crianza de cuyes.....	47
<b>Tabla 19</b> Antigüedad de los equipos e infraestructura para la crianza de cuyes .....	48

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b>	Rangos de edad del productores de cuy de la comunidad de Chihuaco .....	30
<b>Figura 2</b>	Sexo de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco.....	31
<b>Figura 3</b>	Oficio o profesión del de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco....	32
<b>Figura 4</b>	Cantidad de años dedicados a la producción de cuyes de los productores de la comunidad de Chihuaco .....	33
<b>Figura 5</b>	Nivel de asociación empresarial de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco.....	34
<b>Figura 6</b>	Nivel de calidad de políticas de fomento para la producción de carne de cuy en la comunidad de Chihuaco .....	36
<b>Figura 7</b>	Ganancia por Unidad Vendida .....	43
<b>Figura 8</b>	Disposición de pago para la creación de una Marca propia .....	45
<b>Figura 9</b>	Número de personas que participan en la producción de cuy .....	46
<b>Figura 10</b>	Existencia de un profesional o técnico en la crianza de cuyes .....	47

## **Presentación**

Señor Decano de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Habiendo concluido con el proceso investigativo ceñido a la normativa de grados y títulos vigente, se pone la presente investigación a disposición y consideración el presente estudio titulado; “Análisis de la Competitividad en la Crianza de Cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco - Canchis, 2022”, desarrollado con la intención de aplicar las habilidades investigativas aprendidas en la formación profesional y con la finalidad de optar el título profesional de economista.

El estudio se enfocó en una comunidad con una cantidad de productores de cuy importante, y donde esta actividad es una de las más importantes. Además, es una comunidad representativa de las estructuras económicas que se van desarrollando en las comunidades del sur del país.

El fin primordial de la investigación es estudiar y mostrar las características y directrices de competitividad que se van generando en la comunidad de Chihuaco, a raíz de la actividad productiva de la crianza de cuyes, y de este modo, generar conocimientos que ha de ser una base para el análisis de la problemática a nivel macro, además de dar posibles opciones viables para replicar contextos exitosos, entre incluir mejoras.

El Tesista.

## RESUMEN

La investigación en cuestión, se encargó del estudio de la competitividad enfocada en tres aspectos; aspectos sistémicos, sectoriales y empresarial, en cada una de estas se estudió diversas características para conocer el entorno de competencia desarrollada en la producción de cuyes.

Para el desarrollo del trabajo de campo y la recopilación de datos, se desarrolló una metodología basada en las características del contexto de estudio, motivo por el cual, tienen las siguientes características; se abordó el estudio desde un nivel descriptivo, con un enfoque cuantitativo; la fuente de datos fue de nivel primario, y al provenir de una sola medición, el estudio fue transversal; la técnica de investigación utilizada fue la encuesta y su respectiva herramienta fue el cuestionario; por el lado del diseño, se tuvo una investigación no experimental. La unidad de análisis se delimitó en 19 productores de carne de cuy, tratándose de un muestreo censal pues se trabajó con todas las unidades de estudio.

Los resultados a los que se arribó señalan una diversidad de aspectos positivos y negativos; por ejemplo, en la cuestión sistémica se tiene una perspectiva positiva sobre el clima de negocio y la calidad de políticas de fomento y promoción; En la cuestión sectorial, las regulaciones aplicadas son mínimas y superables, las barreras de ingreso son regulares, el apoyo financiero fue alto, tanto en la implementación y el periodo inicial de la puesta en marcha, el capital humano en el sector es pobre; en lo empresarial se tiene una bajo nivel de inversión en la capacitación del recurso humano y bajos niveles en inversión intangible. Finalmente se puede decir que hay un desarrollo competitivo de nivel medio o regular pues aún existe falencias que merman este desarrollo a nivel general.

**Palabras clave:** competitividad, aspecto sistémico, aspecto sectorial, aspecto empresarial, capital humano.

## ABSTRAC

The research in question, was responsible for the study of competitiveness focused on three aspects; systemic, sectoral and business aspects, in each of these various characteristics were studied to understand the competitive environment developed in the production of guinea pigs.

For the development of the field work and data collection, a methodology was developed based on the characteristics of the study context, which is why it has the following characteristics; the study was approached from a descriptive level, with a quantitative approach; the data source was primary level, and since it came from a single measurement, the study was transversal; the research technique used was the survey and its respective tool was the questionnaire; on the design side, it was a non-experimental research. The unit of analysis was delimited in 19 guinea pig meat producers, being a census sampling because we worked with all the study units.

The results obtained show a diversity of positive and negative aspects; for example, in the systemic area, there is a positive perspective on the business climate and the quality of development and promotion policies; in the sectoral area, the regulations applied are minimal and surmountable, entry barriers are regular, financial support was high, both in implementation and in the initial start-up period, human capital in the sector is poor; in the business area, there is a low level of investment in human resources training and low levels of intangible investment. Finally, it can be said that there is a medium or regular level of competitive development, since there are still shortcomings that undermine this development at a general level.

**Key Words:** competitiveness, systemic aspect, sectoral aspect, business aspect, human capital.

## **Introducción**

La presente investigación se refiere al análisis de la competitividad en la crianza de cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco – Canchis, 2022. El objetivo es describir la competitividad en la crianza de cuyes, para lo cual se ha identificado tres aspectos fundamentales, los cuales son: sistémico, sectorial y empresarial.

La crianza de cuyes ha tenido un incremento en los últimos años, la competitividad de los niveles de producción y productividad ha generado desarrollo en las familias productoras a nivel nacional como en la zona sur del país. La actividad de producción de los cuyes brinda una serie de facilidades y oportunidades a los 19 productores de cuyes de la zona por lo que aportan una mejora en la calidad de vida que tienen en la Comunidad de Chihuaco.

En el I capítulo, se presenta el Planteamiento del problema, en el que se expone la situación problemática, el problema general y los específicos, así como los respectivos objetivos. Así también la justificación y la delimitación de la Investigación.

En el II capítulo, se muestra todo el marco teórico, donde se describe y analiza los antecedentes internacionales, nacionales y locales, así como toda la base teórica y la matriz de Operacionalización de la variable teniendo a la Competitividad como variable de estudio.

En el III capítulo, se desarrolla el método de investigación que involucra el nivel, enfoque, diseño, población, muestra y la técnica e Instrumento de recolección de datos que se realizó en la comunidad de Chihuaco-Canchis, 2022.

En el capítulo IV, se muestran los resultados de la investigación y toda la base de datos sistematizada, donde se analiza los aspectos sistemáticos, sectoriales y empresariales que engloban la competitividad en la Comunidad Campesina de Chihuaco-Canchis, 2022 acerca de la producción de cuyes y su influencia en el desarrollo y progreso de la comunidad.

Finalmente, se observan las conclusiones realizadas a partir de los resultados obtenidos del estudio, seguida de las recomendaciones frente a la situación de la crianza de cuyes y su competitividad de la comunidad frente al resto, así como las referencias bibliográficas y anexos que incluyen todo lo realizado durante la investigación.

## Capítulo I

### Planteamiento del Problema

#### 1.1. Situación problemática

El actual contexto económico, hace que toda entidad productora (sea de un producto o servicio) tenga que competir con empresas que ofrecen lo mismo. Para abordar la noción de competencia es necesario entender que esto solo se puede dar un contexto donde interactúan más de dos empresas, ya que no tendría sentido hablar de competencia si en el mercado de cierto bien o servicio, solo existiese una empresa. La conceptualización de competitividad ha evolucionado a través del tiempo, añadiendo más y más características y atributos de análisis, también se debe entender que es una noción multinivel, en el sentido que, se puede estudiar a nivel macro y microeconómico.

De acuerdo a esto se tiene que;

La competitividad son un conjunto de cualidades, que es más correcto atribuir las a las empresas, mas no a los países. La competitividad es determinada, generalmente, por atributos que, en una base local, serian; el aspecto sectorial, sistémico y empresarial del sistema. Son características generales que organizan el análisis, dentro de cada uno de ellos se estudian características específicas de la competitividad. (Castaño & Gutiérrez , 2011)

En la búsqueda de casos de la investigación nos encontramos con un estudio desarrollado a nivel internacional, el cual señala al Perú como una de los países productores de carne de cuyes, junto con Ecuador, Colombia y Bolivia. Respecto a las cantidades se tiene que;

En los países andinos la población de cuyes se estima en 36 millones de animales, además su aceptación se ha extendido hacia la costa y la selva, por efecto de la

migración de la población andina que ha llevado consigo sus costumbres y tradiciones.

(Chauca de Zaldívar)

El consumo de la carne de cuy inicialmente, se podría decir que, se mantenía en las zonas altas de los países andinos, además de mantenerse como parte de una expresión cultural, sin embargo, por efectos de la migración y el reconocimiento de las bondades de su carne, fueron los factores que, el autor menciona, como fuentes del incremento tanto del consumo como el proceso productivo de la carne de cuy a nivel internacional, o al menos en los países mencionados.

A nivel nacional, se evidencia la importancia que el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego ha tenido en impulsar esta actividad, con el proyecto denominado, “Mejoramiento de los servicios de cobertura para la competitividad de productores de cuyes”, destinado a departamentos como Cajamarca, Lima, Cusco, Ancash Moquegua Arequipa, Apurímac y Junín. La inversión es estimada en 700,600.00 soles; y tiene el objetivo de capacitar a los productores en la mejora de sus habilidades de crianza. Proyecto que inicio en diciembre del 2021 y ya ha beneficiado a 2700 unidades productoras de carne de cuy que suelen ser familiares (Andina Agencia Peruana de Noticias, 2022)

El presente estudio se llevará a cabo en la comunidad de campesina de Chihuaco, perteneciente al distrito de Sicuani provincia de Canchis. Se tomará como unidades de análisis a los productores de cuyes, que son un aproximado de 19 productores activos, cantidad que podría variar; finalmente se hace mención al tiempo del estudio, que es el año 2022.

La comunidad de Chihuaco, tiene una gran tradición en la crianza de cuyes, como es típico en este tipo de comunidades propias de la región del Cusco, además, el consumo del cuy es parte de la dieta de las familias de esta zona. Por otro lado, en esta comunidad también se ha tenido intervención de agentes externos, como son los proyectos PROCOMPITE, focalizada en la

actividad productiva de carne de cuy, por lo que ya se tiene ciertos conocimientos técnicos en la crianza de cuyes, sin embargo, se puede apreciar de manera a priori, que hay bajos niveles de competitividad; o se puede decir, que esta no ha tenido continuidad en su desarrollo, de modo que no se tiene una cadena productiva robusta que incremente tanto cantidad y calidad del cuy, por lo que el valor agregado generado no es de alto nivel. Por otro lado, en cuanto a la situación del sistema, es decir cuestiones del entorno; la comunidad de Chihuaco carece de un clima de negocio adecuado o bueno, en muchas ocasiones esto obedece a la baja predisposición y alto miedo a fundar un negocio en la población de comunidades altoandinas; también a las políticas de fomento que provienen de las entidades públicas que no tienen continuidad.

En el aspecto sectorial, se tiene un mercado donde la demanda es alta, sin embargo, se tiene un sistema de producción débil que solo llega a mercados locales; también se tiene una carencia de regulaciones por parte de entidades salubres, que no le da respaldo o garantía para que el producto sea atractivo en mercados regionales, nacionales e internacionales. En aspectos empresariales, las familias productoras de cuyes, obtienen una rentabilidad baja, además la productividad que logran de los recursos que emplean no es alta; respecto a la capacidad, estas empresas familiares no emplean mano de obra calificada, tampoco se tiene una inversión en conocimiento o intangibles, y en ocasiones no se sustituyen los equipos antiguos.

Las consecuencias de los problemas reconocidos en los aspectos sistémicos, es el deterioro paulatino del valor económico de los productos que salen de la comunidad, lo que implica una baja sostenibilidad y crecimiento para la comunidad. En el aspecto sectorial, ante un sistema productivo débil y el crecimiento de la demanda de carne de cuy, la principal consecuencia es que no se aprovecharía la coyuntura o la tendencia en la demanda de carne actual; respecto a la inexistencia de entidades reguladoras como las de salubridad, generan dos consciencias, por un lado hace que

el costo de producción sea ciertamente bajo, y por otro lado, no existe un respaldo que haga atractivo y aceptable la carne de cuy en mercados nacionales e internacionales, se puede notar consecuencias positivas y negativas a la vez. Finalmente, en lo empresarial, el bajo nivel de rentabilidad y productividad, atribuida a la mala gestión empresarial, podría suponer una disminución continua del interés en la producción de cuyes. La baja inversión en intangibles y sustitución de herramientas, generan bajos niveles de uso y afectan negativamente la productividad.

Consecuentemente para abordar la variable en estudio se tiene la siguiente formulación de problemas.

### **1.1.1. Problema general**

¿De qué manera se presenta la competitividad en la crianza de cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022?

### **1.1.2. Problemas específicos**

**P.E.1:** ¿Cómo son los aspectos sistémicos en la crianza de Cuyes?

**P.E.2:** ¿Cuál es la situación del aspecto sectorial en la crianza de cuyes?

**P.E.3:** ¿Cómo son los criterios referentes a los aspectos empresariales en los productores de Cuyes?

## **1.2. Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1. Objetivo general**

Describir la competitividad en la crianza de cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

**O.E.1:** Describir los aspectos sistémicos en la crianza de Cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022.

**O.E.2:** Analizar la situación del aspecto sectorial en la crianza de cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022.

**O.E.3:** Detallar los criterios referentes a los aspectos empresariales en los productores de Cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis 2022.

### **1.3. Justificación**

#### **1.3.1. Justificación teórica**

Si bien la competitividad es un tema estudiado tanto a nivel macro y microeconómico, por lo que ya existe una gran producción teórica y práctica de la variable, la importancia de estudiarla no disminuye, porque dentro del estudio de esta variable se encuentran muchas nociones esenciales acerca de la comprensión de la generación de valor y el progreso de los agentes económicos, pues se tocan temas de productividad, especialización del trabajo, la importancia del capital humano. De modo que, estudiar esta variable contribuye con su comprensión teórica en contextos específicos de estudio.

#### **1.3.2. Justificación practica**

La Comunidad Campesina de Chihuaco, forma parte del conjunto de comunidades de la región del sur del país que, como parte de sus actividades tiene a la crianza de cuyes desde tiempos prehispánicos, sea para fines de alimentación familiar o fines comerciales. Con el tiempo y gracias a la constante valoración de la carne de cuy, esta actividad ha ido creciendo por impulso privado y público, en este último, se tiene características peculiares, ya que al tratar de establecer cadenas productivas en las comunidades, se cometen ciertas falencias, es el caso del programa PROCOMPITE, que, en ocasiones, no tienen un análisis de mercado local y regional sólido, y por tanto, no logran mejorar de condiciones de producción, ni fortalecer las capacidades productivas de las comunidades. Estos programas terminan por cubrir necesidades de gasto que tienen los gobiernos de todo nivel, local, provincial, o regional.

### **1.3.3. Justificación económica**

El sentido económico del presente estudio, es que al abordar un contexto problemático que se relaciona de manera directa con la acción productiva de la comunidad mencionada, se podrá tener un conocimiento claro del mercado, el productor de la comunidad de Chihuaco, sus capacidades, las potencialidades y demás atributos de su actividad de crianza de cuyes. Además, que al ser una actividad con antecedentes de apoyo público (PROCOMPITE) es factible pensar que se tendría un sistema productivo de cuyes fuerte y dinámico, lo cual puede llevar a un error de interpretación de los mecanismos que tiene la municipalidad para incentivar la actividad productiva.

### **1.3.4. Justificación metodológica**

Existen diversos modos de abordar la variable competitividad, puede ser desde un entorno netamente empresarial o macroeconómico, etc. Sin embargo, el contexto de estudio específico, nos lleva a aplicar una sistematización pertinente y considerar mecanismos e indicadores para medir la variable lo mejor posible, de modo que, la presente investigación deja un camino, un modo de estudio, una forma de abordar la variable y una forma de realizar las mediciones en un contexto similar al expuesto en el estudio.

### **1.3.5. Justificación personal**

A nivel personal, la elección del tema abordado se fundamentó en un interés especial por la variable de competitividad, ya que una de las primeras prácticas como profesional economista, fue analizar el contexto productivo de la comunidad mencionada, lo cual tuvo repercusión en actividades propias, al desempeñarme como productor de cuyes entre 2018 y 2019. Finalmente, la disponibilidad de acceso a la información también fue un factor considerado.

## **1.4. Delimitación de la Investigación**

El estudio quedó delimitado espacialmente, en la comunidad de Chicuco, la cual, es parte del distrito de Sicuani, de la provincia de Canchis. En cuanto a la delimitación temporal del estudio

hace referencia al año 2022, año en el que se aborda el problema de estudio y se recopilaron los datos.

## Capítulo II

### Marco Teórico

#### 2.1. Antecedentes de la Investigación

##### 2.1.1. Antecedente Internacional

A. La investigación desarrollada por Meza (2017) **titulada** “El sistema de comercialización y su influencia en la competitividad de la cooperativa “copracuy” de la provincia de Tungurahua en el período 2016”, cuyo **fin** general fue analizar la influencia del sistema de comercialización en la competitividad de la Cooperativa “COPRACUY” usó la **metodología** con enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, exploratoria y correlacional. La población está conformada por 12 socios equivalente aproximadamente a 1500 personas de la Cooperativa “COPRACUY” de la provincia de Tungurahua y la muestra fue de 305 productores de cuy. Como **conclusión**, se destaca que los factores que influyen en la competitividad de la producción del cuy en la Cooperativa “COPRACUY” se centran en aspectos como la calidad, el precio, el peso, y otros elementos como responsabilidad, transparencia, planificación y el cumplimiento de normas, por ello es relevante mencionar que, de acuerdo con las encuestas realizadas, los productores de cuy consideran en un 94,8% que los precios, la calidad y la promoción son los factores principales. Debido a que el 90,2% de los encuestados se dedican a la venta del cuy en pie, enfocándose principalmente en ofrecer un producto de calidad, ya que en muchos casos no cuentan con estudios financieros para establecer el costo real del producto, optando por adaptarse al mercado y afectando su competitividad. Por otra parte, las entrevistas revelaron que los productores tienden a priorizar sus beneficios personales, lo que ha obstaculizado la formación de una asociatividad sólida y masiva. Esta falta de asociación ha impedido la creación de un

sistema de comercialización que permita la planificación, fijación de precios, promoción y distribución adecuada de los productos para satisfacer las necesidades de los consumidores. Esto se traduce en dificultades para el crecimiento de la producción a nivel mayorista, dado que el 51,8% son productores minoristas y solo el 26,2% llega directamente al consumidor final, lo que limita su competitividad al no poder expandirse y satisfacer la demanda del mercado.

### 2.1.2. Antecedentes Nacionales

A. La investigación desarrollada por Collantes y Oliva (2016) **titulada** “Modelo de negocio para mejorar la competitividad de la cadena productiva del cuy -caso: cooperativa de servicios múltiples de productores de cuyes de los centros poblados del Distrito de Mórrope” , el cual tenía como **objetivo** general plantear un modelo de negocio orientado a mejorar la competitividad de la cadena productiva del cuy de los productores de cuyes de la Cooperativa de Servicios Múltiples de los Centros Poblados del distrito de Mórrope a partir del año 2016. En cuanto a la **metodología**, se tuvo enfoque cualitativo, con diseño exploratorio; la población esta conformada por 64 productores de cuyes de la Cooperativa de Servicios Múltiples en los Caseríos de Hornitos, Laguna, Romero, La Colorada y Cruz del Medano del Distrito de Mórrope. Se señalaron los siguientes **resultados**; en los últimos tres años, la población promedio de cuyes fue de 1982 individuos, la productividad alcanzó una cifra de 5.11 cuyes por madre por año, y el índice productivo se sitúa en 0.43. Esto significa que de cada cien reproductoras madres, se obtienen 43 cuyes potenciales para la venta. Sin embargo, el peso promedio del cuy vivo es de 850 gramos, lo cual se encuentra por debajo de los estándares requeridos en el mercado. En cuanto a los precios, se observa que el

promedio del precio mínimo es de S/10.50 y el precio máximo es de S/15.13. Los productores, en promedio, venden alrededor de 54 cuyes al año. El promedio del precio mínimo es de S/10.50 y máximo S/15.13, la venta promedio por productor es de 54 cuyes anuales, el ingreso promedio anual es S/691.74 y las utilidades en promedio registran cifras negativas de -4.7 por cuy; de acuerdo con el análisis realizado acerca de la cadena productiva en la región Lambayeque, se destaca la relevancia de la carne de cuy debido a su bajo contenido de grasas y alto contenido de proteínas, lo que la convierte en una opción importante para el consumo humano. A nivel nacional, se estima que la población de cuyes es de 23,240,846, concentrándose principalmente en la sierra del país. En Lambayeque, la población de cuyes se estima en alrededor de 600,000, siendo la provincia de Chiclayo la que concentra la mayor cantidad, con un 81.25%. finalmente se puede comentar que, la cadena productiva del cuy se compone de cinco eslabones: Insumos, Producción, Acopio y Compra, Procesamiento y Mercado. Desde la perspectiva de la cadena de valor, se identifica que el mercado potencial del cuy en el ámbito internacional es Estados Unidos, mientras que a nivel nacional, los diferentes restaurantes campestres y turísticos que ofrecen el cuy como plato principal y los supermercados limeños son los principales puntos de venta. En la región Lambayeque, los restaurantes y mercados locales también forman parte importante de la cadena productiva del cuy.

- B.** En el estudio sustentado por Díaz (2023), **titulada** “Impactos De La Ley PROCOMPITE En Agentes Económicos Organizados En La Producción De Cuy, Distrito De Bambamarca”, la investigación tuvo como **objetivo** primordial, describir los impactos económicos y tecnológicas por haber aplicado el proyecto mencionado,

durante el 2015 – 2017. El capítulo de **metodologica** del estudio en cuestion, especifica que la investigacion es de un nivel descriptivo; la poblacion de estudio se delimito en 90 unidades (se trabajo con 3 asociaciones de productores de cuyes), y aplicó un muestreo probalístico que termino por cerrar la muestra en un total de 68 unidades. El analisis de los datos dio como **resultados** las siguientes afirmaciones, despues de la aplicación del proyecto, se tuvo una implementacion satisfactoria de la infraestructura necesaria para la puesta en marca de la produccion, a nivel tecnologico se tuvo mejoras en la crianza, uso de galpones y reproducción, en lo economicos, lo mas destacado son los ingresos anuales, pues pasaron de S/30,608.00 antes de la Ley PROCOMPITE a S/446,580.00 soles, después de la ejecución de la Ley PROCOMPITE. Se **concluye** que después de la aplicación de la ley, los productores de cuyes del distrito de Bambamarca lograron tecnificar una actividad que inicialmente era solo una actividad tradicional, lo cual se plasmó en un incremento en los ingresos por tal actividad.

### **2.1.3. Antecedente local**

- A.** En el estudio desarrollado por Luna (2020) cuya tesis **titulada** “Estudio de los efectos e impactos de la aplicación de la ley nro. 29337 - ley de procompite, de los productores de cuyes del Distrito de Santiago, Provincia del Cusco durante los años 2012 al 2014” planteó como **fin principal** explicar los efectos e impactos de la aplicación de la Ley de Apoyo a la Competitividad productiva Ley 29337 - Ley de PROCOMPITE, de los productores de cuyes del Distrito Santiago, Provincia de Cusco durante los años 2012 al 2014, aplicando la **metodologia** con enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transversal y de nivel descriptivo, explicativo y correlacional; la poblacion esta conformada por 99 beneficiarios de las propuestas productivas de

crianzas de cuyes y la muestra fue de 79. Llegando a la **conclusión** que la implementación de la Ley de Apoyo a la Competitividad Productiva (Ley 29337 - Ley de PROCOMPITE) en el período comprendido entre los años 2012 y 2014, para el fomento de la crianza de cuyes en el Distrito Santiago, Provincia de Cusco, se llevó a cabo de conformidad con la normativa vigente al momento de ejecución de las propuestas productivas. Los **resultados** de la aplicación de dicha ley en la crianza de cuyes en el Distrito Santiago se reflejaron en cambios técnicos en la producción, tales como la adopción de infraestructura mejorada (crianza en galpones), entre otros aspectos relevantes. en el tipo de instalaciones (jaulas y pozas), en alimentación (forraje más concentrado), en el tipo de cuyes criados (animales de tipo 1), y en sanidad (utilización de productos veterinarios); conjuntamente todo conducente a un aumento en el peso de los cuyes a los tres meses de menos de 0.90 Kg. a 1.00 Kg. También se observaron mejoras significativas en los ingresos familiares: previo a la implementación de PROCOMPITE, el promedio mensual de ingresos económicos era de S/210.20 Soles; sin embargo, después de la implementación de PROCOMPITE, se registró un promedio de ingresos económicos de S/573.64 Soles, lo que representa un aumento del 268.19%.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Teorías Generales de Competitividad.**

El interés por la competitividad se remonta a la doctrina de la economía clásica sobre el comercio internacional. De ella surgieron dos enfoques ampliamente reconocidos: las teorías de la ventaja absoluta (Smith) y la ventaja comparativa (Ricardo), en un nivel de análisis macro. (Nel y otros, 2021)

### **2.2.1.1. Teorías clásicas.**

**2.2.1.1.1. La ventaja absoluta.** Según Smith (2007), La raíz de la competencia y el tráfico global se ubica en la inclinación de las personas a intercambiar y lograr ciertos beneficios (Schumacher, 2012). Los conceptos fundamentales desde una perspectiva teórica comprenden la partición global de labores, la especialización, la provisión de recursos productivos, la teoría del valor trabajo, la rivalidad ideal y los rendimientos uniformes en amplitud (Nel y otros, 2021)

**2.2.1.1.2. Ventaja comparativa.** Ricardo (2001) sugiere la viabilidad de que un país carezca de la superioridad total en la manufactura de algún producto como requisito para su competitividad. Introdujo la teoría de la ventaja relativa, donde un país no debería esforzarse por fabricar la totalidad de los productos que necesita, sino más bien enfocarse en especializarse en la manufactura de ciertos productos y exportarlos. La ventaja relativa se basa en las discrepancias en la productividad (o costos) que surgen debido a la abundancia de recursos, lo que promueve la especialización en la producción y la exportación de productos que requieren un uso intensivo de los recursos que abundan localmente. (Nel y otros, 2021)

Criticas a las teóricas clásicas:

- El empleo no constituye el único factor que influye en los gastos y el valor.
- A pesar de que los patrones tradicionales de comercio (• Tendencias del comercio y la producción mundial. • Globalización de la producción.) son inmóviles, la competitividad se caracteriza por su dinamismo (Ghironi, 2005, citado por Nel et al., (2021)

- Las compañías forjan una estrategia competitiva que genera un valor sostenible a largo plazo, distinguiendo sus artículos (Mitschke, 2008 citado por Nel et al., (2021)

### ***2.2.1.2. Teorías contemporáneas.***

Las corrientes actuales de pensamiento en torno a la competitividad difieren en su enfoque respecto a la doctrina tradicional. Estas teorías incluyen el concepto de táctica empresarial, de manera que el propósito principal del fabricante de productos o servicios es adquirir la ventaja en competencia (Wang, 2014). Los aportes más notables en el progreso de este campo se originan en la Organización Industrial OI (Smith, 2014), y, en especial, en la labor de Michael Porter.

El estudio de la competencia se enfoca en las particularidades concretas de la compañía o la rama industrial, sin considerar una nación determinada (Grossman & Helpman, 1990). Siguiendo las palabras de Porter, la competencia se da entre las compañías, no involucra a los estados, ni tampoco a las naciones, y mucho menos a los gobiernos.

De este modo, la Ventaja Competitiva se describe como el compendio de elecciones y actividades mediante las cuales una entidad diseña y pone en marcha una táctica para alcanzar sus metas (Wang, 2014; Carbaugh, 2005). Por lo tanto, la ventaja en la competencia se rige en el núcleo de la administración estratégica y la organización industrial, con una procedencia que abarca diversas disciplinas (Nel y otros, 2021)

**2.2.1.2.1. La visión de la estrategia basada en el mercado (VBM).** Según este método, una empresa supera la media del sector cuando desarrolla un plan de micro análisis de los recursos y el entorno fuera de la organización (Nel y otros, 2021)

La VBM se desagrega en dos vertientes:

A. **En el paradigma de la Organización Industrial.** El grado de concentración en una industria es la principal característica estructural en el paradigma, estructura,

comportamiento, desempeño (ECD) para pronosticar la competitividad. Según la metodología, el desempeño y la concentración están correlacionados positivamente, lo que significa que las industrias más concentradas obtienen mejores resultados que las menos concentradas (Haberler,1936 citado por Nel et al., (2021))

**B. La segunda vertiente de la VBM se atribuye a Porter (1985).** El objetivo es construir una teoría que explique cómo una empresa puede lograr y mantener una ventaja competitiva en el mercado al que sirve. La respuesta de la empresa al entorno exterior es modificarlo para que funcione en su beneficio. El modelo de las cinco fuerzas, que incluye la amenaza de entrada de rivales, el poder de negociación del comprador, el poder del proveedor, la amenaza de productos de reemplazo y la intensidad de la rivalidad, se utiliza para definir la competitividad a nivel corporativo. Finalmente, el grado de competencia en una industria depende de estos factores fundamentales (Nel y otros, 2021)

**2.2.1.2.2. La visión de la estrategia basada en los recursos (VBR).** Sus fundamentos se pueden encontrar en Penrose (1959), quien enfatizó la importancia de los recursos internos de una organización como factores que determinan la ventaja competitiva. Esta perspectiva de estrategia describe los activos internos que tienen las empresas y que pueden utilizarse para obtener una ventaja competitiva (Wernerfelt, 1984; Prahalad & Hamel, 1990; D., 1999; Barney, 1991). Los recursos utilizados por la empresa se dividen en activos físicos e intangibles. La fuente clave de una ventaja competitiva duradera son ellos. (Nel y otros, 2021)

## **2.2.2. Competitividad**

En la **teoría de la competitividad de Porter (2008)**, este explica una estructura a nivel micro y macro, pues afirma que tanto países como empresas pueden mantener ventajas competitivas.

Al examinar el contexto externo, las habilidades internas y la dinámica de la industria, las organizaciones pueden diseñar estrategias que las distinguan de la competencia y generen valor para los clientes. Esta teoría resalta la importancia de analizar tanto las influencias externas como las capacidades internas para identificar fuentes de ventaja competitiva. En última instancia, el objetivo es lograr una posición única y sostenible en el mercado, ofreciendo productos o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes de una manera superior a la de los competidores (Porter, Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, 2008).

La estrategia competitiva consiste en posicionar una empresa para aprovechar al máximo el valor de las capacidades que la distinguen de sus rivales. Con ello se deduce que un aspecto central de la formulación de estrategias será analizar de manera detallada al competidor para preparar un perfil de la naturaleza y eficacia de los probables cambios estratégicos que este podría realizar, de su respuesta alternativa frente a la gama de tácticas estratégicas a su alcance y de su reacción ante la serie de cambios industriales y ambientales más generales que podrían ocurrir (Porter, 2008).

La teoría de la competitividad de Porter pone énfasis en la importancia de analizar tanto el entorno externo como las capacidades internas de una organización, con el fin de identificar las fuentes de ventaja competitiva. En otras palabras, esta teoría destaca la necesidad de evaluar el contexto en el que opera una empresa y comprender sus propias fortalezas y debilidades para poder identificar oportunidades que le permitan diferenciarse y obtener una ventaja competitiva en el mercado. Al analizar el entorno externo, una organización puede identificar factores como la competencia, las tendencias del mercado y las demandas de los clientes, mientras que la evaluación de las capacidades internas permite identificar los recursos,

habilidades y ventajas únicas que la empresa puede aprovechar. Esta combinación de análisis externo e interno proporciona una base sólida para el desarrollo de estrategias que permitirá a la organización destacarse y ganar una posición competitiva sólida en su industria (Porter, Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, 2008). Se sostiene que las empresas pueden lograr una ventaja competitiva sostenible adoptando una de tres estrategias genéricas: liderazgo en costos, diferenciación o enfoque (Porter, 2008).

Para aterrizar estas nociones generales, se conceptualiza la noción competitividad, para tal caso tenemos a Rubio y Baz (2005), e cual argumenta que;

Cuando se habla de competencia, el termino está más ligado a empresas mas no naciones, puesto que no existe país que sea “poco competitivo” o “muy competitivo”. Puesto que, son competitivas las empresas por la forma en la que se manejan y sus fortalezas particulares. Así, aunque las naciones por sí mismas no son competitivas, el actuar de un gobierno puede ser decisivo para la competitividad de las empresas.

La competitividad cuenta con dos dimensiones, una referida al ámbito interno de la empresa y el otro al entorno donde se ubican. Respecto al ámbito interno, son los productos o servicios que realiza una empresa y con los que compite, donde la eficiencia de sus procesos productivos sea tecnología, personal y capital forman parte de su éxito, así como calidad de sus productos y el precio mismo. Además, su impacto en el entorno de la empresa, que incluye las regulaciones que definen su forma de operar internamente, es inmensurable. Un gobierno influye en las relaciones laborales; crea el marco jurídico que permite o impide que las empresas inviertan, vendan y establezcan contratos con otras personas y empresas, y es

responsable de hacerlos cumplir; determina la disponibilidad de infraestructura y de energía para el desarrollo de las empresas (Rubio & Baz, 2005)

La competitividad se refiere a la habilidad que tiene una empresa para generar beneficios y obtener una posición favorable en el mercado en comparación con sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado (Koontz & Ciry1, 2013)

La capacidad de generar bienes y servicios eficientemente es una definición de competitividad de las empresas (con costos declinantes y calidad creciente), convirtiendo atractivos sus productos, sean dentro y fuera del país. La Competitividad es la característica de una organización cualquiera de lograr su misión, en forma más exitosa que otras organizaciones competidoras (Robbins & Coulter, 2013)

Competitividad sea en una entidad privada o pública, es la capacidad que se tiene para mantenerse constante en una posición dentro del contexto socioeconómico a través de ventajas comparativas que les ayuden a realizar y crecer esto. Por otra parte, el concepto de competitividad nos hace pensar en la idea «excelencia», se quiere decir, con características de eficiencia y eficacia de la organización. La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y, por último, el gobierno y la sociedad en general (Stoner, 2000)

El servicio como componente de la competitividad, es la capacidad de tratar a sus clientes o ciudadanos atendidos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable,

puntual, etc., dejándolos satisfechos de sus relaciones con la organización. Imagen: Se entiende como la habilidad de una empresa para persuadir a una amplia cantidad de personas de que representa la mejor opción para satisfacer sus necesidades y expectativas tanto en servicios como bienes. La competitividad de una empresa se refiere a su capacidad de producir servicios y bienes eficientemente, con reducción de costos y con buena calidad, lo que a la vez hace más atractivos sus productos a nivel local como internacional. Para ello, es necesario lograr niveles elevados de productividad que permitan aumentar la rentabilidad y generar ingresos crecientes (Robbins & Coulter, 2013)

La competitividad en precios es importante en mercados de bienes y servicios estandarizados, mientras que la competitividad en otros factores es importante en mercados de bienes y servicios que pueden ser diferenciados por aspectos como la calidad. La mayor competitividad en relación a la competencia es llamada ventajas. Las ventajas se pueden dividir en ventajas competitivas como comparativas. Son ventajas comparativas porque se generan de obtener a bajos costos algunos insumos, como los recursos naturales, energía o mano de obra. En cuanto, las ventajas competitivas se refieren a la tecnología de producción, conocimiento y habilidades humanas. Las ventajas competitivas se crean mediante la inversión en recursos humanos y tecnología, y en la elección de tecnologías, mercados y productos. (Sallenave, 2014) citado por Hernández Domingo

### ***2.2.2.1. Aspectos sistémicos***

Constituyen elementos externos a la empresa productiva; afectan el entorno donde se desarrolla y pueden tener importancia variable en la definición del ambiente competitivo y en las posibilidades para construir estrategias de competitividad por parte de las empresas.

Los cuales resaltan:

- Acceso al financiamiento.
- La infraestructura tecnológica e institucional (Castaño & Gutiérrez , 2011)

Los “factores sistémicos” hacen referencia al control escaso o nulo que tiene una empresa u organización. Dichos factores son los encargados de crear en las empresa externalidades, tomando acciones como parte indicadora del proceso de toma de decision.

Entre estos factores se destacan los siguientes: infraestructurales (disponibilidad, calidad y costo de la energía, transporte, telecomunicaciones, insumos básicos y servicios tecnológicos); macroeconómicos (tipo de cambio, carga tributaria, tasa de crecimiento del producto interno, oferta de crédito y tasas de interés y política salarial); político-institucionales (política tributaria, política arancelaria, apoyo fiscal al riesgo tecnológico, poder adquisitivo del gobierno); sociales (sistema de calificación de la mano de obra, políticas de educación y formación de recursos humanos, laboral y de seguridad social); legales y normativos (políticas de protección de la propiedad industrial, preservación del medio ambiente, defensa de la competencia y protección del consumidor); e internacionales (tendencias del comercio mundial, flujos internacionales de capital, inversiones de riesgo y tecnología, relaciones con organismos multilaterales) (Medeiros & Goncalves, 2019)

Por último se hace mencion en el articulo a Suñol (2006,p.184), que señala que es trascendental: La generacion del factor sistemico, el cual, se apoya en 3 aspectos fundamentales: el primero que se menciona es, el Progreso de sistemas de innovacion que agilicen el incremento de la competencia tecnologica, el segundo a mencion es la colaboracion a la ampliacion y generacion de concatenacion productiva, y como tercer aspecto final se tiene a el acopio de servicios de infraestructura de calidad.

### ***2.2.2.2.Aspectos sectoriales***

Abarcan la toma de decisiones respecto a una situación que tiene la empresa y los productores, por lo que, tiene una gran relevancia e importancia para los conceptos respecto a tácticas competitivas. Las cuales se resaltan:

- Ferias de alimentos y requerimiento organizacional y tecnológico.
- Refuerzo de las conexiones cooperativas horizontales.
- La asociación vertical que maximiza competencias organizacionales y tecnológicas.
- La generación de la competencia. (Castaño & Gutiérrez , 2011)

La perspectiva enfocada en el sector argumenta que no es posible evaluar la competitividad de una empresa sin tomar en cuenta las situaciones estructurales que existen en su industria. Las disparidades en el comportamiento de los precios, los costos, los márgenes de beneficio y las cuotas de exportación entre los sectores, se deben a las diferencias en la composición de los factores de producción usados en cada unidad producida, ya sea en mano de obra intensiva o en capital físico. Además, pueden expresarse por el nivel de imperfección de escala, la homogeneidad del producto o las restricciones de la competencia.

Las disparidades entre diferentes sectores en su habilidad para aprovechar las economías de escala son la raíz de las variaciones en los costos y precios. Las economías de escala son un factor de competencia crucial, ya que aprovecharlas puede ser ventajoso en términos de costos. Además, la magnitud de la escala eficiente mínima en comparación con el tamaño total del mercado también puede ser un obstáculo significativo para la entrada en el mercado (especialmente si la obtención de dicha escala requiere una inversión elevada de capital fijo que no se puede recuperar en caso de abandonar el sector) (Fernández y otros, 1998, pág. 19)

Los resultados de un proyecto dependen del sector en el que se encuentre, siendo más fácil conseguir ventajas en aquellos sectores en los que exista un elevado número de competidores que operen con productos poco diferenciados (Medina & Correa, 2011)

### ***2.2.2.3. Aspectos empresariales***

Son los elementos que se encuentran dentro del alcance de su responsabilidad y que la empresa utiliza para destacarse de sus rivales. Entre ellos destacan: capacidad tecnológica y productiva, calidad de los recursos humanos, conocimiento del mercado y la capacidad de adecuarse a sus especificidades, relaciones privilegiadas con los clientes y con los abastecedores de insumos, materias primas y bienes de capital. (Castaño & Gutiérrez , 2011)

La dimensión empresarial se origina de la superioridad competitiva que ostenta una compañía por medio de sus sistemas productivos y estructura organizacional (reflejados en el costo y excelencia del producto terminado) en comparación con los de sus competidores en un mercado determinado.

En el artículo se menciona a OCDE por (Gonzalez y otros, 2017), donde los indicadores del factor empresarial para estos autores se basan en los siguientes aspectos:

a) La exitosa administración de los flujos de producción y de inventarios de materia prima y componentes.

b) La capacidad de combinar con éxito la planificación de mercado, las actividades de investigación y desarrollo (I+D), el diseño, la ingeniería y la fabricación es fundamental para apoyar la competitividad y el desarrollo económico. La protección de la propiedad intelectual, incluyendo patentes y otros mecanismos, es un factor clave para fomentar el crecimiento y respaldar el proceso de innovación.

c) La habilidad de unir i+d interna con i+d hecha en universidades, centros de investigación y otras empresas.

d) La habilidad de adaptarse a las fluctuaciones en la tendencia de los mercados y la demanda, junto con la creación de un entorno favorable para las empresas, constituye un elemento crucial para fomentar la competitividad, prosperidad económica y el desarrollo.

e) Fomento de los programas productivos mediante esquemas que facilitan una mayor integración y asociaciones entre las empresas. (Ibarra y otros, 2017)

### 2.3.Marco Conceptual

**Clima de Negocios:** En un mundo globalizado y con procesos productivos internacionalizados, un buen clima de negocios es clave para captar las inversiones que buscan rentabilidad y estabilidad. Los economistas señalan que es el entorno en el que todos los empresarios, nacionales y extranjeros, tengan oportunidad e incentivos para invertir de forma productiva, en un contexto estable y estimulante para la actividad empresarial. (Aguirre y otros, 2017)

**Eficiencia:** Del latín *effientia*, acción, fuerza, virtud de producir. Criterio económico que revela la capacidad administrativa de producir el máximo resultado con el mínimo de recurso, energía y tiempo, por lo que es la óptima utilización de los recursos disponibles para la obtención de resultados deseados. (Rojas y otros, 2017)

**Rentabilidad:** Como indicador extenso y fundamental, de forma general la rentabilidad da la posibilidad de evaluar a una entidad ya sea pública o privada en función del análisis financiero obteniendo aportes de sus beneficios, lo cual permitirá abastecer las operaciones. De este modo tener un diagnóstico sobre la situación de una empresa, permite a los directivos tomar decisiones acertadas, teniendo en cuenta que una decisión incorrecta provocará graves

problemas que se verán afectados en la mejora de la economía de la empresa. (Aguirre y otros, 2020)

**Productividad:** Considerada como aquel proceso que al hacer uso de los recursos se torna eficiente con la innovación que son clave para incrementar la generación de bienes y servicios. Con el propósito de mejorar la productividad, los dueños de empresas pueden tomar dos medidas: aumentar la producción sin modificar la cantidad de recursos invertidos (incrementando la cantidad de bienes y servicios vendidos) y reducir el uso de los recursos sin disminuir la producción (minimizando los costos de los insumos empleados en el negocio). (Organización Internacional del Trabajo , 2016)

**Comparación de precios:** La comparación de precios puede realizarse a través del mando de solicitudes de cotización o también captando información directamente del mercado. (Departamento de Implementación del SNCCP, 2020)

**Rivalidad de las empresas:** La rivalidad entre los competidores es la primera fuerza competitiva y entre más se incremente su intensidad, menor será el atractivo del sector y las utilidades porque los competidores recurrirán a estrategias más sofisticadas y agresivas para mantener su posición dentro de la industria; por tanto, las utilidades totales se repartirán a favor de los competidores más capaces. (Porter, 2015)

**Capacidad:** La capacidad se refiere al "volumen de producción" o al número de unidades que una instalación puede alojar, recibir, almacenar o producir en un período de tiempo específico. (Heizer & Render, 2004)

**Venta:** La venta implica una serie de acciones planeadas con el objetivo de fomentar la compra de un producto o servicio y, por lo tanto, exige un procedimiento que organice dichas acciones

de manera adecuada. El objetivo es doble: por un lado, satisfacer las necesidades de ese cliente y, por otro, obtener una rentabilidad para la empresa que realiza la venta. (Carrasco, 2014)

**Políticas de Apoyo:** Estas políticas se refieren a los ámbitos de financiamiento, fiscales, de tecnología y apoyo a la innovación, laborales, formación, información, accesos a mercados, internacionalización, etc. Si hubiésemos de valorar estas políticas, diríamos que son necesarias, pero no suficientes para el crecimiento del sector. Es decir, el estado ha intentado, con relativo éxito, tener una política horizontal respecto a las PyMEs, en la cual haya una actitud general del conjunto del Estado, pero sin pretender que desde la administración central se llegue a cada una de las pequeñas y medianas empresas. (Zevallos y otros, 2001)

## **2.4. Formulación de Hipótesis**

En lo desarrollado Hernández et. al, se menciona que; las investigaciones de nivel descriptivo, como la presente investigaciones, no necesariamente llevan un planteamiento de hipótesis, este tipo de investigación solo llevan un planteamiento de hipótesis cuando se intenta pronosticar un evento, un dato, o un hecho, la investigación no persiguen estos objetivos de modo que no se presenta una formulación de hipótesis. (Hernández y otros, 2014)

## **2.5. Variables**

### **2.5.1. Identificación de las variables**

**Variable de estudio:** Competitividad

**Dimensión:** Económica

**Sub dimensiones De Estudio:** Aspectos Sistémicos, Aspectos Sectoriales, Aspectos Empresariales.

## 2.5.2. Operacionalización de Variable, Dimensiones e Indicadores

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

TÍTULO: Análisis de la Competitividad en la crianza de Cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022.					
Variable	Dimensión	Definición conceptual	Sub dimensiones	Indicadores	Técnicas
Competitividad	Económica	La competitividad es un atributo o cualidad de las empresas, no de los países. La competitividad ya sea de una entidad privada o varias, se fundamenta en cuatro atributos elementales de su base local: condiciones de los factores; condiciones de la demanda; industrias conexas y de apoyo; y estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Tales atributos y su interacción explican por qué innovan y se mantienen competitivas las compañías ubicadas en determinadas regiones. (Porter, 1996, citado por Castaño & Gutiérrez , (2011))	Aspectos sistémicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Clima de negocio.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nivel de asociación.</li> <li>○ Cantidad y estado de Industrias conexas y de apoyo)</li> </ul> </li> <li>➤ Nivel de calidad de Políticas de fomento y promoción,</li> </ul>	✓ Entrevista estructurada
			Aspectos Sectoriales	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estructuras de mercado.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grado de Competencia y rivalidad de las empresas.</li> </ul> </li> <li>➤ Regulaciones específicas.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estado de aplicación de Normas de salubridad, etc.</li> </ul> </li> <li>➤ Políticas de apoyo.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nuevos soles en transferencias directas por apoyo.</li> <li>○ Inversión en capacitación, etc.</li> </ul> </li> </ul>	<b>Naturaleza de los indicadores.</b>
			Aspectos empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Eficiencia.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ganancia.</li> <li>○ Productividad.</li> <li>○ Comparación de precios y/o costos por producto.</li> </ul> </li> <li>➤ Capacidad.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Inversión intangible/ventas</li> <li>○ Composición de los recursos humanos.</li> <li>○ Antigüedad de los equipos</li> </ul> </li> </ul>	En el aspecto empresarial, los indicadores son claramente numéricos. Para los aspectos sistémicos y sectoriales, los indicadores son cuantitativos, estos se cuantificarán mediante una escala de Likert.

**Nota:** Muestra la sistematización de la variable estudiada en función a un autor de base. Elaboración propia según contexto de estudio.

## **Capítulo III**

### **Método de Investigación**

#### **3.1. Nivel de Investigación**

El presente estudio de investigación se desarrolló bajo un nivel descriptivo, razón por la cual se buscó medir y describir de forma exhaustiva la variable competitividad de la crianza de cuyes en la comunidad campesina de Chihuaco de la provincia Canchis durante el año 2022. Es decir, mediante la investigación se verificó el comportamiento de la competitividad en el ámbito de estudio ya descrito con anterioridad, y para ello fue necesario aplicar la estadística descriptiva para el respectivo análisis de la variable en mención.

Según Hernández y Mendoza (2018) los estudios descriptivos tienen como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado, es decir, mediante el nivel descriptivo se cuantifican y detallan con precisión las dimensiones de estudio del fenómeno, problema, suceso, contexto o situación problemática, reconocida en el estudio. (pág. 105)

#### **3.2. Enfoque de Investigación**

En la presente investigación el enfoque utilizado fue el cuantitativo debido a que pretende estimar las magnitudes u ocurrencias de la variable competitividad en la crianza de cuyes por parte de los pobladores de la comunidad de Chihuaco en el transcurso del año 2022. Por lo que, por intermedio de la investigación se realizó el análisis cuantificable o numérico de la información obtenida de la población de estudio por medio de estadística descriptiva.

El enfoque cuantitativo hace referencia o se vincula con los conteos numéricos y métodos matemáticos, así mismo representa a un conjunto de procesos organizados de manera secuencial para comprobar ciertas suposiciones. (Hernández & Mendoza, 2018)

#### **3.3. Diseño de Investigación**

Para efectos de la investigación a desarrollar, el diseño en la investigación fue el diseño no

experimental, pues con ello no se manipuló intencionalmente las variables ni sus subdimensiones; descrito de otra forma, el presente estudio no aplico un contexto de experimentación en las variables de estudio, más al contrario se midieron las variables tal como se comporta en estado o contexto natural. Por otro lado, se hizo uso de la investigación no experimental, transversal es por ello que la toma de datos se realizó en una sola oportunidad.

“Los diseños no experimentales son estudios que se llevan a cabo sin la manipulación deliberada de los datos de las variables y en los que solo se observan los fenómenos en ambiente natural para analizarlos”. (Hernández & Mendoza, 2018)

### **3.4. Población y Muestra de la Investigación**

#### **3.4.1. Población**

Desde el punto de vista de Hernández y Mendoza (2018), “La población se refiere al conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (pág. 198).

La población de estudio considerada en el presente estudio, fueron todos los criadores y/o productores de cuyes de la comunidad de Chihuaco de la provincia de Canchis y región del Cusco, dedicados a la crianza de cuyes en el año 2022, los cuales suma un total de 19 productores.

#### **3.4.2. Muestra**

Según Hernández y Mendoza (2018) mencionan que, “La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectan datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además debe ser representativo de la población en estudio” (pág. 196).

La muestra con la que se trabajó fueron los **19 productores** de carne de cuy, motivo por el cual el estudio tuvo una *muestra Censal*, esto se da cuando se tiene la misma cantidad de población y muestra, es decir, la población y la muestra coinciden, a razón de que las unidades de análisis son pequeñas (Hurtado, 2018)

### **3.5.Técnica e Instrumento de Recolección de Datos**

#### **3.5.1. Técnica**

**Encuesta:** Este instrumento se diseñó para detallar la variable y cada dimensión de estudio en función a los indicadores formulados, estudiando la percepción verídica de los productores de cuyes e información detallada acerca de la competitividad.

#### **3.5.2. Instrumento**

**Cuestionario:** En la misma se estableció una serie de preguntas de forma cerrada dirigida a los productores participantes de la investigación, para efectos de llegar a información lo más precisa posible, se plantearon algunas preguntas o enunciados que luego fueron valorados por el investigador bajo una escala de Likert con 5 niveles.

### **3.6.Procesamiento de Datos**

Con la finalidad de procesar los datos recopilados de manera adecuada se usó el paquete estadístico SPSS V.25 y por intermedio de la misma se realizó un análisis representativo y minucioso de los datos. Posterior a ello se obtuvieron los gráficos y tablas necesarias de acuerdo a los objetivos planteados en la pesquisa, y las mismas fueron sometidas a las interpretaciones o apreciaciones según cada caso.

## Capítulo IV. Resultados

### 4.1. Datos Generales

**Tabla 2**

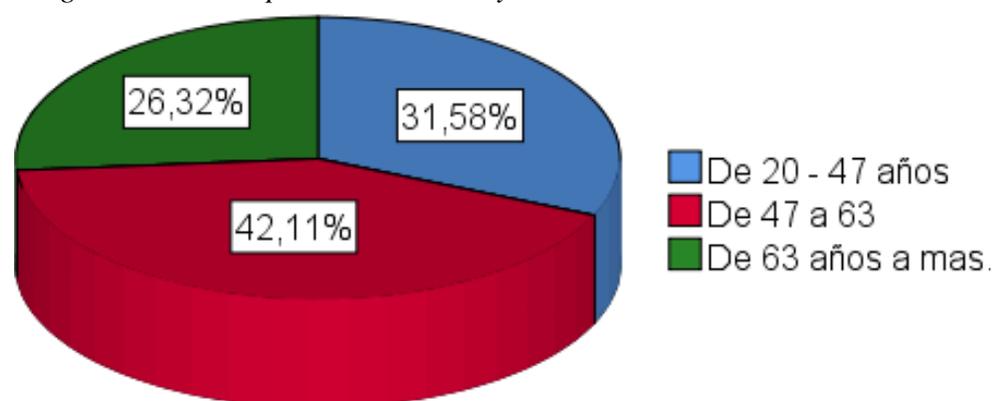
*Rangos de edad de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
De 20 - 47 años	6	31,6	31,6
De 47 a 63	8	42,1	42,1
De 63 años a más.	5	26,3	26,3
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Nota:** muestra la distribución de edades de los productores. Elaboración propia, software SPSS v.25.

**Figura 1**

*Rangos de edad del productores de cuy de la comunidad de Chihuaco*



**Nota:** muestra la distribución de edades de los productores. Elaboración propia, software SPSS v.25.

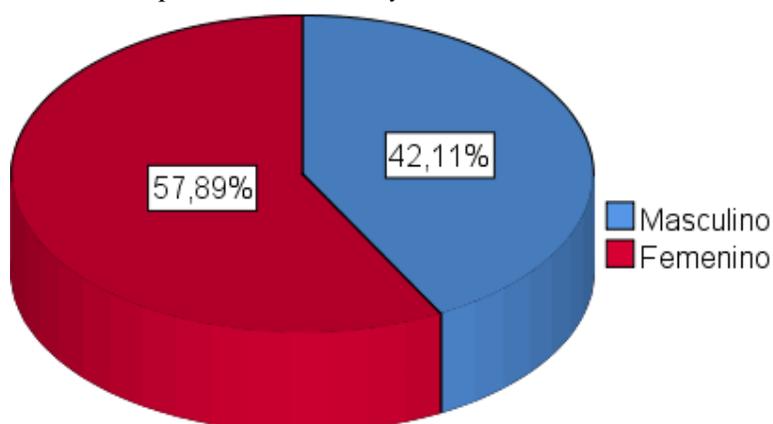
En la tabla N°2 y figura N°1 se observa que la distribución de las edades de la de análisis (productores de cuyes de la comunidad campesina de Chihuaco). El 42.11% de los productores de cuyes se compone de personas con edades entre 47 a 63 años, seguido del 31.58% de productores con edades entre 20 a 47 años y finalmente un 26.32% de personas con una edad de 63 años a más.

**Tabla 3***Sexo de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>
Masculino	8	42,1	42,1
Femenino	11	57,9	57,9
Total	19	100,0	100,0

**Nota:** Muestra las categorías sexuales de los productores encuestados.

Elaboración propia, software SPSS v.25

**Figura 2***Sexo de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco***Nota:** Muestra las categorías sexuales de los productores encuestados.

Elaboración propia, software SPSS v.25

La tabla N° 3 y grafica N°2 expresan la distribución de sexo de los productores de cuyes de la comunidad de Chihuaco, del cual, se observa que el 57,87% de personas encuestadas fueron de género femenino y el 42.11% de género masculino. Se aprecia que si bien son las mujeres las que superan en cantidad a los varones, la diferencia no es amplia.

**Tabla 4**

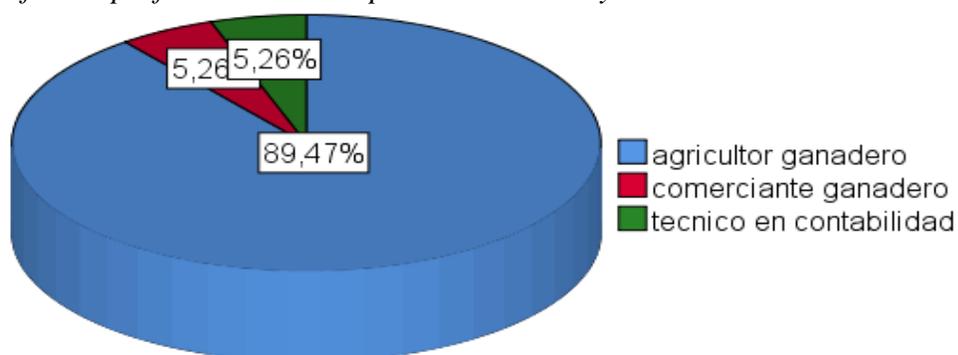
*Oficio o profesión del de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Agricultor ganadero	17	89,5	89,5
Comerciante ganadero	1	5,3	5,3
Técnico en contabilidad	1	5,3	5,3
Total	19	100,0	100,0

**Nota:** Muestra el oficio o profesión del encuestado. Elaboración propia, software SPSS v.25

**Figura 3**

*Oficio o profesión del de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco*

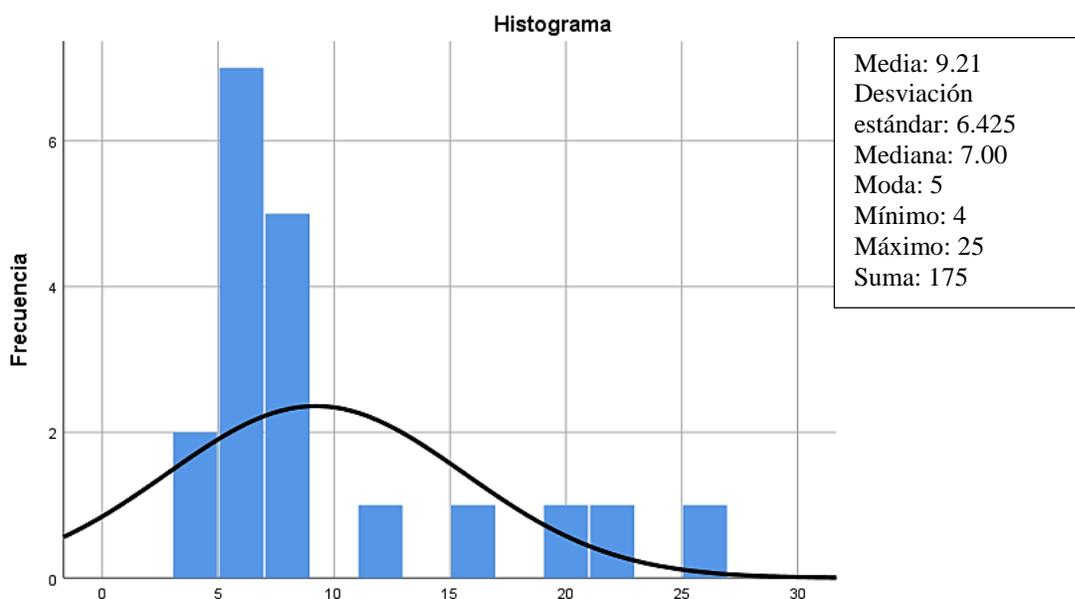


**Nota:** Muestra el oficio o profesión del encuestado. Elaboración propia, software SPSS v.25

La tabla N°4 y grafica N°3 expresa la ocupación y principal oficio y profesión que tiene los productores de cuyes de la comunidad de Chihuaco, de acuerdo a esto, se puede observar que la gran mayoría son agricultores – ganaderos, quienes representan el 89.47% de personas, seguidamente se tiene oficios como comerciante ganadero y técnico en contabilidad que representan individualmente el 5.26% de la población.

**Figura 4**

Cantidad de años dedicados a la producción de cuyes de los productores de la comunidad de Chihuaco



**Nota:** muestra la distribución de la cantidad de años de experiencia que muestra cada productor.  
Elaboración propia, software SPSS v.25

En la Figura N°4 se puede observar la distribución de la cantidad de años que los pobladores de la comunidad campesina de Chihuaco se vienen dedicando a la crianza de cuyes, de este modo, se puede observar que en promedio los productores tienen 9 años de experiencia en la crianza de cuyes, en la misma línea, se tiene una moda de 5 años de experiencia en la crianza de cuyes. Por otro lado, se puede ver que, el tiempo máximo de dedicación corresponde a 25 años y el mínimo tan solo de 4 años. siendo que el dato mínimo 4, años de experiencia, y el dato máximo es 25 años.

#### 4.2. Acerca de los aspectos sistémicos

Como se apreciable el estudio de la competitividad se ejecuta en base a tres dimensiones de estudio, a continuación, se presenta los resultados de la primera dimensión “aspectos sistémicos” el cual hace referencia a cuestiones del entorno, que son ajenos a la empresa que, sin embargo, constituyen factores de importancia, aspectos como el clima o entono de negocio.

#### 4.2.1. Clima o Entono de negocio

**Tabla 5**

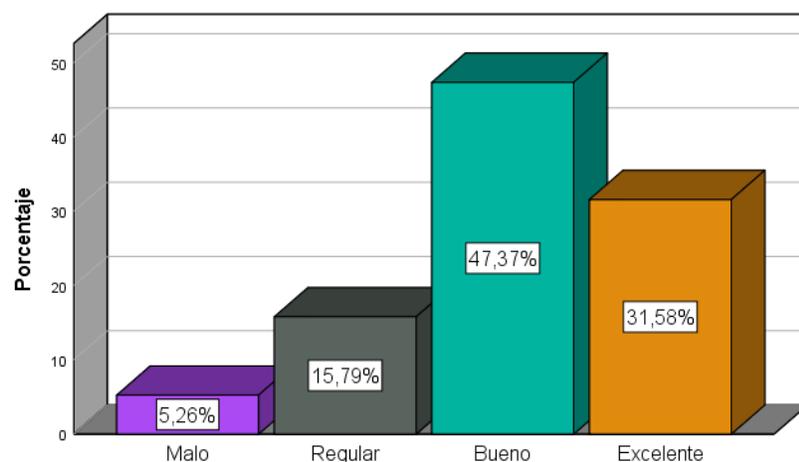
*Nivel de Asociación empresarial de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Bajo/ malo	1	5,3	5,3
Regular/	3	15,8	15,8
Alto/ bueno	9	47,4	47,4
Muy alto / excelente	6	31,6	31,6
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Nota:** Muestra datos agrupados y categorizados en función a preguntas que los productores respondieron en la encuesta, a cerca de temas de asociación empresarial. Elaboración propia, software SPSS v.25

**Figura 5**

*Nivel de asociación empresarial de los productores de cuy de la comunidad de Chihuaco*



**Nota:** Muestra datos agrupados y categorizados en función a preguntas que los productores respondieron en la encuesta, a cerca de temas de asociación empresarial. Elaboración propia, software SPSS v.25

La tabla N°5 y figura N°5, muestran la cuestión referente al clima o entono de negocio que se tiene en la comunidad de Chihuaco, medida desde el indicador de nivel de asociación, el resultado de las encuestas realizadas indica que el 47.37% de los encuestados considera que hay un buen nivel de asociación, seguido del 31.58% que califica el nivel de asociación como excelente, el 15.79% referencia un nivel de asociación regular y tan solo el 5.26% considera que esta es mala.

Es notorio que las respuestas tienden más hacia el lado positivo de la escala de análisis, siendo calificado en su mayoría como bueno y excelente. Esto se debe a aspectos como la percepción adecuada que tiene los productores de celebrar contratos con proveedores, además de profesionales o técnicos necesarios para actividad a la que se dedican.

**Tabla 6**

*Cantidad y Estado de Industrias Conexas y de Apoyo para la producción de carne de cuy, existentes en la comunidad de Chihuaco*

Ítems analizados		Recuento	% de N tablas	Mediana	Moda	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
Numero de veterinarios y agrónomos	0	7	36,8%	-	-	-	-	-
	1	9	47,4%	-	-	-	-	-
	2	3	15,8%	-	-	-	-	-
Calificación del servicio que ofrecen.	Bueno	5	41,7%	-	-	-	-	-
	Regular	6	50,0%	-	-	-	-	-
	Malo	1	8,3%	-	-	-	-	-
Servicio o insumo faltante	No	9	47,4%	-	-	-	-	-
	Si	10	52,6%	-	-	-	-	-
	Soya	9	47,4%	-	-	-	-	-
¿Qué falta?	Torta de soya	1	5,3%	-	-	-	-	-
Número de productores de forraje		-	-	8	6 <sup>a</sup>	6	30	4

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño

**Nota:** muestra cantidades o estado en el que se encuentra negocios o emprendimientos que guardan relación directa con la cadena productiva de carne de cuy. Elaboración propia, software SPSS v.25

En la tabla N°6 se muestran diversas características del contexto de negocio, referentes a los negocios o medios complementario, pues una cadena de producción se compone de varios entes interactuando entre sí, de este modo, en la comunidad de Chihuaco para la producción de cuyes, se tiene las características siguientes, los productores reconocen entre 1 o 2 agrónomos o en general, conocedores a la crianza de cuyes, se hace esta generalización porque lo que ocurre en comunidades lejanas, es la falta de profesionales y los productores reconoce como especialista al

productor más experimentado y capacitado; razón por la cual, la perspectiva de algunos productores (7) los lleva a no reconocer a nadie como agrónomo, los 12 productores que reconocen al especialista, califican su trabajo entre regular (50.0%) y bueno (41.7%). Por otro lado, el insumo más necesario en la alimentación de los cuyes, sin duda es el forraje, y en este mercado, se tiene en promedio 8 productores de forraje, teniendo como mínimo 4 y un máximo de 30. Sin embargo, con la idea de ser competitivos, se añaden otros alimentos, los cuales son ciertamente escasos, los productores señalan a la soya (47.4%) y la torta de soya (5.3%) como insumos que faltan.

#### 4.2.2. Políticas de fomento y promoción

**Tabla 7**

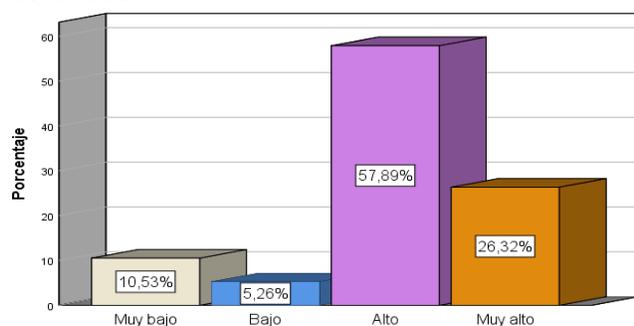
*Nivel de calidad de políticas de fomento para la producción de carne de cuy en la comunidad de Chihuahua*

Escala de análisis	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Muy bajo	2	10,5	10,5
Bajo	1	5,3	5,3
Alto	11	57,9	57,9
Muy alto	5	26,3	26,3
Total	19	100,0	100,0

**Nota:** Muestra los datos agrupados y categorizados de preguntar relacionadas a la acción de impulso que tienen entidades como la municipalidad u otras instituciones para fomentar la producción de carne de cuy. Elaboración propia, software SPSS v.25

**Figura 6**

*Nivel de calidad de políticas de fomento para la producción de carne de cuy en la comunidad de Chihuahua*



**Nota:** Muestra los datos agrupados y categorizados de preguntar relacionadas a la acción de impulso que tienen entidades como la municipalidad u otras instituciones para fomentar la producción de carne de cuy. Elaboración propia, software SPSS v.25

La tabla N°7 y figura N°6 muestra otro indicador medido en lo concerniente con aspectos sistémicos, o del entorno, hace referencia al nivel de calidad de las políticas de fomento y promoción, las cuales, se identifica en base a las encuestas realizadas y nos mencionan que: el 57.89% puede señalar un nivel alto en las políticas de fomento emprendidas por la municipalidad de Sicuani, el 26.32% referencia un nivel muy alto de políticas de fomento y promoción, y el 5.26% considera que estas políticas tienen un nivel bajo, finalmente el 10.53% considera que hay un nivel de políticas de fomento muy bajo. Para generalizar, se puede decir que más del 73% representan políticas de fomento de alto nivel y menos del 16% representan políticas de bajo nivel o que no causan el impacto deseado.

#### **4.3. Sobre los aspectos sectoriales**

El criterio sectorial aborda cuestiones que, si bien aún no involucran de manera directa a la empresa, ya es parte de su contexto de toma de decisiones, formulación de estrategias y análisis de entorno inmediato, por ejemplo, las características de mercado.

### 4.3.1. Estructura de mercado

**Tabla 8**

*Grado de competencia y rivalidad de las empresas de crianza de cuy en la comunidad de Chihuahaco*

		Porcentaje	Recuento
Producto final	Solo vivos	47,4%	9
	Vivos y procesados (sacrificados y pelados)	52,6%	10
Mayor comprador	Personas de la Comunidad	42,1%	8
	Empresas del distrito	10,5%	2
	Otros	47,4%	9
	Puerto Maldonado	-	1
	Sicuani Feria	-	8
Canales de venta	Tiene un local de venta en el distrito (Sicuani)	10,5%	2
	Usa propagandas en radios locales	0,0%	0
	Publicidad por recomendación	89,5%	17
Barreras de ingreso	Si, ahora es fácil dedicarse a este negocio	52,6%	10
	No, es difícil porque es fuerte la inversión inicial	47,4%	9

**Nota:** La tabla muestra datos específicos sobre el funcionamiento del mercado local, como el origen de la demanda, forma del producto final, medios de venta entre otros. Elaboración propia, software SPSS v.25.

En la tabla N°8 se puede observar que el 47,4% de productores de cuyes ofrecen como producto final solamente cuyes vivos mientras que el 52,6% venden entre procesados y vivos. Con respecto al origen de la demanda, se observa que, el 42,1% proviene de la propia comunidad, el 10,5% son empresas locales cercanas y el 47,4% son otros lugares externos, de estos lugares destacan las ferias en el distrito de Sicuani y minoritariamente Puerto Maldonado. En referencia a la comercialización, los medios o canales más usados son el denominado marketing de boca en boca (89,5%), seguido de un local de venta en un área más comercial (distrito de Sicuani) 10,5% de los productores tiene este medio de venta, lo cual es equivalente a 1 de cada 10 productores. Por otro lado, también se tiene una pregunta referente a las barreras de ingreso al negocio de la producción de carne de cuy, el 52,6% de los productores consideran que actualmente es fácil dedicarse a la producción de cuyes y un 47,4% menciona que es difícil.

### 4.3.2. Regulaciones específicas

**Tabla 9**

*Normativas de salubridad para la producción de carne de cuy en la comunidad de Chihuaco*

		Porcentaje	Recuento
Existencia de normativas en producción de cuyes	Si	0,0%	0
	No	100,0%	19
Cumplimiento de requisitos y permisos para la producción de cuyes	Si	100,0%	19
	No	0,0%	0
Demanda de un aval sobre la calidad de la carne de cuy	Si	10,5%	2
	No	89,5%	17

**Nota:** La tabla muestra un conjunto de requisitos básicos con los que el productor trato de cumplir y ademas de características de la demanda que tiene. Elaboración propia, software SPSS v.25

En la tabla N°9, se puede apreciar aspectos que, si bien no parten de la misma empresa, tiene que ver con su desarrollo y desenvolvimiento, en este caso estamos hablando sobre las normativas de salubridad, de la cual, se pudo observar que en la actualidad el 100% de los productores no son afectados por ninguna normativa de regulación, lo cual no implica que, no hayan cumplido con requisitos mínimos, pues el 100% de los productores mencionan que tuvieron que cumplir con todas las requisitos, permisos y normativas que les dieron en su momento. Respecto a la solicitud de algún aval sanitario que los demandantes puedan solicitar de los productores, se observó que el 89.5% de los productores no tuvieron ese tipo de situaciones, mientras que el 10.5% si reportaron este tipo de eventos.

### 4.3.3. Políticas de apoyo

**Tabla 10**

*Apoyo en el financiamiento de la inversión inicial.*

	Media	Moda	Máximo	Mínimo	Porcentaje	Recuento
Apoyo por parte de la municipalidad	6599	6300a	7000	5900	-	-
Capital propio que invirtió	9157,89	10000,00	10000,00	7000,00	-	-
Acceso a préstamo						
No saque ningún préstamo	-	-	-	-	89,5%	17
Si saque un préstamo	-	-	-	-	10,5%	2
Monto del préstamo	7500	5000a	10000	5000	-	19

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño

**Nota:** muestra datos acerca de cómo se dio la inversión inicial para tener todo operativo. Elaboración propia, software SPSS v.25.

En la tabla N°10 se muestra el monto promedio que la municipalidad aportó en materiales diversos, tales como; calaminas, alambres, hormigón, ladrillo, cemento, etc. que puede observar que el valor de lo aportado por la municipalidad a los productores de cuyes, es de S/6599, y el monto varía entre S/5900 a S/7000; por otro lado, para tener toda la planta totalmente operativa, se tuvo un monto que fue cubierto por los mismo productores, en promedio este monto fue de S/9158, monto que varía entre S/7000 a S/10000. Otro aspecto importante, fue el servicio a la deuda que algunos productores tuvieron que recurrir, pues, el 89.5% de las personas indican que sacaron un préstamo, mientras que solo un 10.5% mencionan que no fue necesario sacar el préstamo.

## En el proceso productivo

**Tabla 11**

*Apoyo financiero por la municipalidad en el proceso productivo*

		Recuento	Porcentaje
Apoyo en el financiamiento	No	1	5,3%
	Si	18	94,7%
Monto de financiamiento	7000,00	17	-
	7500,00	1	-

**Nota:** muestra datos acerca de la inversión, en la fase de producción. Elaboración propia, software SPSS v.25

En la tabla N°11 se puede apreciar el apoyo financiero aproximado que la municipalidad tuvo con los productores ya en la fase de producción, en primer lugar, el 94.7% de los productores si tuvieron este respaldo en fase de producción, el monto aproximado varía entre los S/7000 a S/7500.

**Tabla 12**

*Inversión en capacitación*

		Recuento	Porcentaje	Promedio	Moda	Máximo	Mínimo
Capacitación continua	Si	14	73,7%				
	No	5	26,3%				
Última capacitación	Febrero - 2020	15	84.2%				
	Noviembre - 2022	2	15,8%				
Disposición de pago a un especialista				35,79	30,00	70,00	20,00
Inversión en capacitaciones	0,00 soles	19	100,0%				

**Nota:** Muestra la predisposición que tiene los productores para la inversión en conocimientos. Elaboración propia, software SPSS v.25

La tabla N°12 la inversión que los productores destinan a la capacitación y adquisición de conocimientos. En este sentido el 73.7% de los productores a pesar de tener más de un año, en la producción de cuyes, aún existe predisposición para continuar mejorando sus conocimientos aplicables en la producción, por otro lado, el 26.3% no tiene tal perspectiva de la capacitación continua; así mismo, se tuvo que el 84.2% de productores tuvieron su última capacitación en el mes de febrero del 2020, y el 15.8% de productores en el mes de noviembre del 2022; mediante

esta última pregunta de control se puede ver que, de hecho, la mayoría de productores tuvo su última capacitación con aproximadamente hace un año atrás, de lo que se deduce que, no hay una continuidad rigurosa. En suma, la disposición de pago que los productores tendría por el hecho de contratar un especialista que les pueda dar talleres privados en temas de su interés, en promedio el monto de pago por hora, sería de S/35.79, pudiendo a ver un pago mínimo de S/20 y un pago máximo de S/70 la hora, en contraposición se tiene que el que el 100% de los productores de cuy destina S/0.0 mensuales a la capacitación o especialización.

#### 4.4. Aspectos empresariales

##### 4.4.1. Eficiencia

**Tabla 13**

*Ganancias por Temporal de producción del cuy*

		Recuento	Porcentaje	Media	Moda	Máximo	Mínimo
	Noviembre a febrero	19	100,0%				
<b>Temporada alta</b>	Cantidad producida			97,89	100,00	280,00	30,00
	Precio de venta (en soles)			28,37	25,00	50,00	20,00
	Marzo a Junio	19	100,0%				
<b>Temporada media</b>	Cantidad producida			59,68	30,00 <sup>a</sup>	180,00	15,00
	Precio venta (en soles)			24,68	25,00	35,00	20,00
	Julio a Octubre	19	100,0%				
<b>Temporada baja</b>	Cantidad producida			35,53	40,00	130,00	10,00
	Precio de venta (en soles)			21,58	18,00 <sup>a</sup>	35,00	2,00

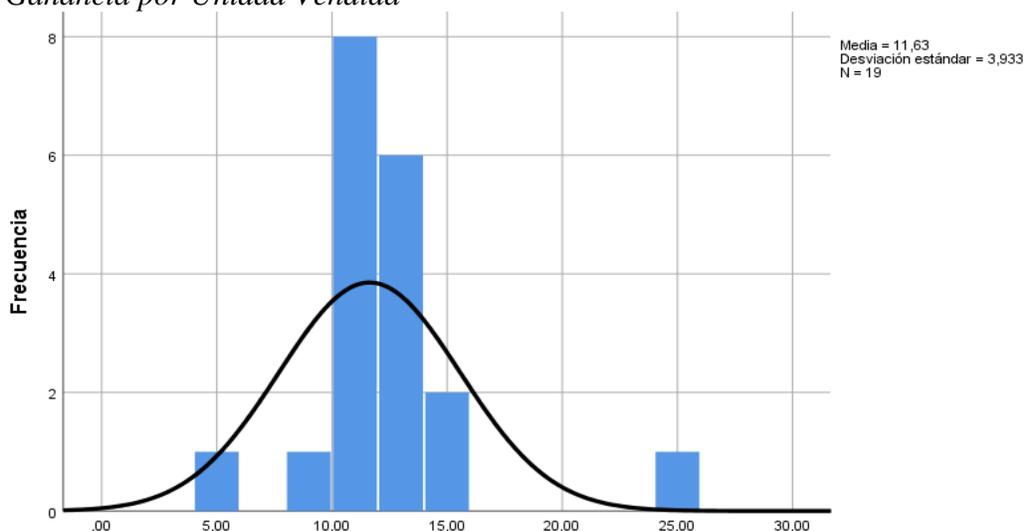
a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño

**Nota:** Muestra la variación de la cantidad producida y el precio de venta a través de las temporadas del año. Elaboración propia, software SPSS v.25

Como se puede apreciar en la tabla N°14, las ganancias varían ya que la producción de cuyes está sujeto a temporadas que los productores ya tienen bien establecidos, la temporada baja se da entre el mes de julio y octubre, en el cual, en promedio los productores sacan 36 unidades y el precio promedio es de S/22, teniendo un ingreso de S/767 mensuales; en la temporada media o

regular, se tiene un producción promedio mensual de 60 cuyes, vendidas a un precio de S/25, obteniendo un ingreso mensual de S/1473 mensuales aproximadamente; para la temporada alta, que se da entre noviembre y febrero, la producción media mensual es de 98 unidades, y el precio promedio es de S/28 e ingreso mensual obtenido para esos meses es de S/2777. Cabe aclarar que estos datos con aproximaciones en función al promedio, pues como se puede apreciar las cantidades por temporada tiene un rango mínimo y máximo en el que varían, lo que implica que algunos productores pueden llegar a ganar más o menos.

**Figura 7**  
*Ganancia por Unidad Vendida*



**Nota:** muestra la conducta que tiene el indicador de ganancia unitaria, analizado para los 19 productores. Elaboración propia, software SPSS v.25

La figura N°7 representa la ganancia por unidad vendida, como se puede apreciar en promedio por cada cuy que vende el productor, gana un promedio de S/12, con una desviación estándar de S/4. También hay productores que presentan una ganancia mínima de S/5 por cuy vendido y otros que pueden ganar hasta S/25 por cuy vendido ganancia máxima.

**Tabla 14**  
*productividad referencial*

Ítem	Media	Varianza	Moda	Máximo	Mínimo
Tiempo de crianza para la venta (mes)	2,79	0,48	3,00	4,00	1,50
Precio unitario del cuy (en soles)	27,37	15,36	25,00 <sup>a</sup>	35,00	20,00

**Nota:** muestra dos datos primordiales sobre la velocidad con la que se tiene la producción, el tiempo y el precio de venta unitario. Elaboración propia, software SPSS v.25

La tabla N°14, muestra un indicador de productividad en la producción de cuyes mensual expresada en cuán rápido puede sacar un cuye listo para ser vendido, los productores de cuye de la comunidad de Chihuaco, tienen una velocidad media de 3 meses para tener un cuy listo para la venta; el tiempo mínimo es de un mes y medio y el tiempo máximo 4 meses.

**Tabla 15**  
*Manejo de información y costo unitario de producción*

		Recuento	Porcentaje
Registro de inversión en la producción de cuy	Si	15	78,9%
	No	4	21,1%
Frecuencia de registro de datos	Semanal	14	93,3%
	Mensual	1	6,7%
Aproximación del costo de producción por cuy	3	4	21,1%
	4	4	21,1%
	5	7	36,8%
	6	4	21,1%

**Nota:** muestra datos acerca del manejo de cuentas y la creación de información para la toma de decisiones además del costo unitario. elaboración propia, software SPSS v.25

La tabla N°15, muestra la tendencia de registro de datos de inversión, gastos y costos, etc, que tienen los productores; el 78.9% si maneja esos registros y solo el 21.1% de los encuestados no maneja ningún tipo de registros esto equivale a cada dos de 10. Por otro lado, las actualizaciones de estos registros, mayormente se dan de manera semanal (93.3% de los productores) y solo el 6.7% los hace de manera mensual. por otro lado, a raíz de estos registros, tenemos una aproximación al costo unitario, es decir, cuánto les cuesta producir un cuye, este dato es de 5 soles, pues el 36.8% de los productores menciona que es así.

#### 4.4.2. Capacidad

**Tabla 16**

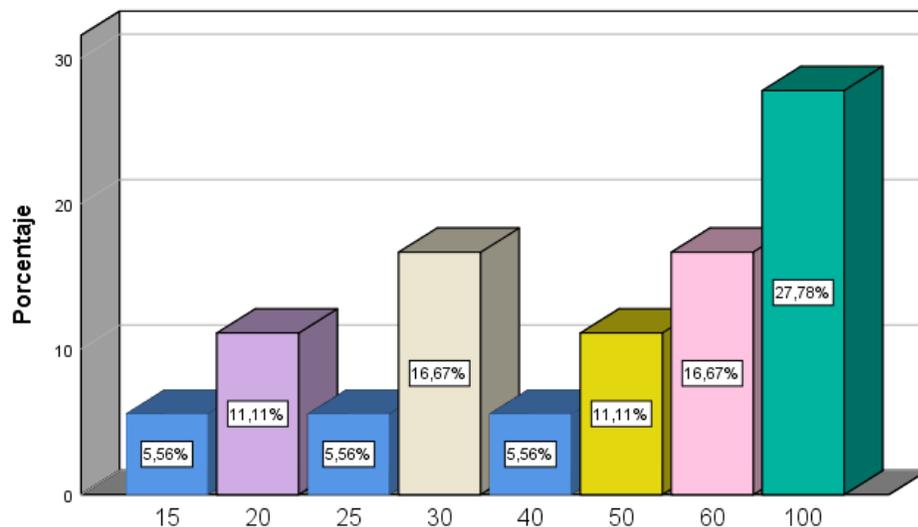
*Inversión en intangible, creación de marca*

		Recuento	Porcentaje	Media	Moda	Máximo	Mínimo
<b>Marca propia</b>	Si	1	5,3%	-	-	-	-
	Costo de creación de marca			80	80	80	80
	No	18	94,7%	-	-	-	-
	Disponibilidad de gasto para la creación de marca			55	100	100	15

**Nota:** muestra la noción que tiene los productores de la importancia que tiene una marca para una empresa, además de su predisposición de inversión para tener una. Elaboración propia, software SPSS v.25

**Figura 8**

*Disposición de pago para la creación de una Marca propia*



**Nota:** muestra la noción que tiene los productores de la importancia que tiene una marca para una empresa, además de su predisposición de inversión para tener una. Elaboración propia, software SPSS v.25

En la tabla N°16 y figura N°8 representan la inversión en intangibles, tal es el caso de creación de una marca, se puede ver que, en primer lugar; tan solo el 5.3% de personas si cuentan con un logo que promocioe la producción de los cuyes, lo cual, implica un bajo nivel de inversión intangible, por otro lado, el 94.7% de los productores no tienen una marca propia, sin embargo, existe una predisposición de inversión, respecto al costo que están dispuestos a pagar a un profesional por la creación de un logo, el cual, en promedio es de S/55.00, la disposición mínima

de pago es de S/15, y la máxima es de S/100, existiendo una moda S/100. De acuerdo a la figura se observa la distribución que tiene la disposición de pago, podemos ver que, el 27.78% están dispuestos a pagar S/100.00, el 50% están dispuestos a pagar entre S/30.00 y S/60.00 y el 22.23% están dispuestos a pagar entre S/15.00 y S/25.00.

**Tabla 17**

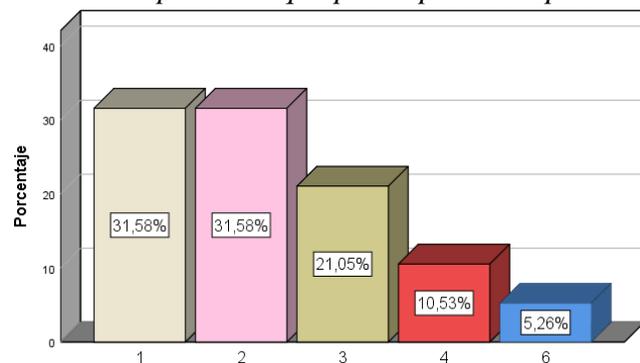
*Número de personas que participan en la producción de cuy*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
1	6	31,6	31,6
2	6	31,6	31,6
3	4	21,1	21,1
4	2	10,5	10,5
6	1	5,3	5,3
Total	19	100,0	100,0

**Nota:** Muestran cuanto personal trabaja activamente en la crianza o producción de carne de cuy. Elaboración propia, software SPSS v.25

**Figura 9**

*Número de personas que participan en la producción de cuy*



**Nota:** Muestran cuanto personal trabaja activamente en la crianza o producción de carne de cuy. Elaboración propia, software SPSS v.25

De la Tabla N°17 y Figura N°9 se muestra que: el número de personas que participan directamente en la crianza de cuyes; esta, varía desde 1 a 6 personas, de los encuestados el 31.58% mencionan que solo participa 1 persona, el 31.58 % mencionan también que solo participan 2

personas de manera activa, el 21.05% mencionan que participan 3 personas, el 10.53% comentan que participan 4 personas y el 5.26% dice que participan 6 personas.

**Tabla 18**

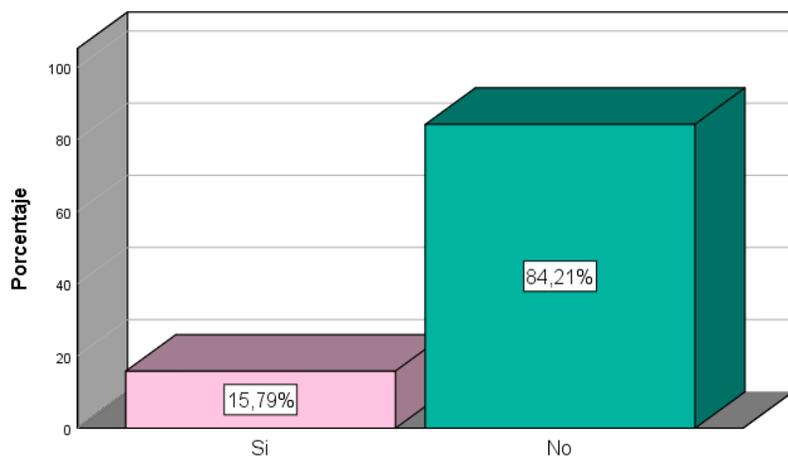
*Existencia de un profesional o técnico en la crianza de cuyes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Si	3	15,8	15,8
No	16	84,2	84,2
Total	19	100,0	100,0

**Nota:** expone la presencia de un profesional en la actividad de crianza (producción) de cuy. Elaboración propia, software SPSS v.25

**Figura 10**

*Existencia de un profesional o técnico en la crianza de cuyes*



**Nota:** expone la presencia de un profesional en la actividad de crianza (producción) de cuy. Elaboración propia, software SPSS v.25

La Tabla N°18 y Figura N°10, muestra otra característica de la composición de recursos humanos, que se refiere a que si dentro del personal que participa de manera directa en la producción de cuyes, existe alguien que tenga alguna carrera técnica o profesional, de lo que podemos observar el 84.2% (equivale a 8 de cada 10) de productores no tienen este tipo de capital humano, y solo el 15.79% (equivale a 1 de cada 10) y en cuestiones reales, 3 de los 19 productores estudiados si tienen un profesional técnico que participa de manera activa en la crianza de cuyes; estas profesiones son técnico en construcción civil y contabilidad.

**Tabla 19***Antigüedad de los equipos e infraestructura para la crianza de cuyes*

		<b>Recuento</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Años de uso de galpones</b>	2,00	19	100,0%
<b>Acciones inmediatas por deterioro de la infraestructura</b>	Hago refacciones	17	89,5%
	Compro uno nuevo	2	10,5%
<b>Última compra la infraestructura</b>	Hace 1 meses	1	5,3%
	Hace 12 meses	6	31,6%
	Hace 2 meses	2	10,5%
	Hace 3 meses	5	26,3%
	Hace 4 meses	1	5,3%
	Hace 5 meses	1	5,3%
	Hace 6 meses	3	15,8%

**Nota:** muestra el estado y demás caracteres de la infraestructura usada para la producción de cuyes.  
Elaboración propia, software SPSS v.25

De la tabla N°19 se puede observar que: el 100% de los actuales galpones o instalaciones directas tienen una antigüedad de 2 años; Por otro lado, con respecto a los medios con los que realizan refacciones a sus; instrumentos, herramientas y/o maquinarias, se pudo ver que: el 89.5% realiza refacciones y solo el 10.5% compran instrumentos nuevos. Así mismo, podemos tener una referencia del nivel de reposición que tienen los productores; el 31.6% de los productores compraron galpones u otras herramientas, por última vez hace 12 meses, el 26.4% los compro por última vez hace 3 meses y el 10.5% hizo compras por última vez hace 2 meses.

### **4.3. Análisis de Variable**

Por todo lo apreciado en las dimensiones analizadas, se pude dar las siguientes afirmaciones sobre la competitividad desarrollada en la producción de cuyes de la comunidad de Chihuaco; Se tiene que, en lo que respecta a los aspectos sistémicos de la competitividad en la producción de carne de cuy, existen ciertas limitaciones en insumos para una alimentación balanceada que pueda reducir el tiempo de engorde y elevar la cantidad de cuyes de venta; tal es el caso de la Soya. Por otro lado, no existen especialistas o profesionales (agrónomos) en la comunidad, el trabajo del

productor más experimentado es calificado entre regular y bueno, por otro lado, el nivel asociativo entre unidades productoras es alta, calificándose entre bueno y excelente. Las características de competitividad en el aspecto sectorial son las siguientes, se tiene un producto que no tiene tanto valor agregado, presenta una demanda local, los mecanismos de comercialización son tradicionales, las barreras de ingresos son regulares, mayormente siendo de índole financiera, respecto las regulaciones, no existieron barreras normativas fuertes. La demanda no es tan exigente respecto a un aval sobre la calidad de la carne del cuy. El apoyo de la municipalidad se calculó en un monto medio aproximado de 6599 soles por cada productor, por otro lado, la inversión en capacitación continua es nula. Los atributos de la competitividad en lo empresarial son los siguientes; se presenta una ganancia que está sujeta a una temporalidad marcada, los costos en el registro contable son mínimos y de gestión particular, no hay inversión en intangibles, sin embargo, existe una predisposición de pago positiva; el capital humano no tiene alta especialización y su uso no es intensivo en cantidad, por el lado de la infraestructura, materiales y herramientas tienen un tiempo de antigüedad de 2 años, y la movilidad de estas se da manera muy poco frecuente pues la reposición se da mayormente por medio de refacciones.

Como se puede apreciar existen características positivas y negativas, por lo que la competitividad desarrolla en la producción cuyes es regular, pues solo es impulsada por algunos productores que tiene gran capacidad mientras que otros productores aun no alcanzan niveles de producción competitivos, razón por la cual algunos datos muestran gran dispersión.

### **Discusión de Resultandos**

En el estudio llevado a cabo por Collantes y Oliva en 2016, cuyo propósito era la formulación de un modelo de negocio destinado a fortalecer la competitividad en la cadena productiva de cuyes pertenecientes a la Cooperativa de Servicios Múltiples de los Centros Poblados del distrito de Mórrope, se identifica una similitud de objetivos con la presente investigación. En este caso, nuestro enfoque se centró en describir la competitividad en la crianza de cuyes en la Comunidad Campesina.

Ambas investigaciones comparten el objetivo fundamental de mejorar la competitividad en la crianza de cuyes, y se aprecia una conexión metodológica entre ambas, ya que empleamos la misma metodología cualitativa con un diseño exploratorio. La población objeto de estudio en el presente caso abarcó a 64 productores de cuyes afiliados a la Cooperativa de Servicios Múltiples, ubicados en los Caseríos de Hornitos. Esta elección metodológica, similar a la utilizada en el estudio previo, contribuye a establecer comparaciones y analizar de manera consistente los resultados obtenidos.

En el estudio previo, se determinó que la población promedio de cuyes ascendía a 1982 individuos, con una productividad de 5.11 cuyes por madre al año y un índice productivo de 0.43. Este último indicador indica que de cada cien reproductoras madres, se obtienen 43 cuyes potenciales para la venta. Sin embargo, es relevante señalar que el peso promedio del cuy vivo se situaba en 850 gramos, por debajo de los estándares requeridos en el mercado.

En términos de precios, se observó que el precio mínimo promedio era de S/10.50, mientras que el precio máximo alcanzaba los S/15.13. En promedio, cada productor vendía alrededor de 54 cuyes al año, generando ingresos anuales con un promedio de S/691.74. No obstante, las utilidades promedio presentaban cifras negativas, registrando -4.7 por cuy. Los resultados de la presente investigación indican que los productores, en promedio, cuentan con 9 años de experiencia en la

crianza de cuyes, evidenciando un nivel considerable de conocimientos y habilidades en esta actividad.

En cuanto al nivel de asociación, los encuestados en la comunidad de Chihuaco manifestaron predominantemente una percepción positiva sobre el clima de negocios y la asociación. Un 47.37% lo calificó como bueno, seguido por un 31.58% que lo consideró excelente, mientras que solo el 5.26% lo evaluó como malo. Este análisis revela una tendencia favorable en la percepción de la asociación en dicha comunidad.

Todo lo expuesto puede contrastarse con la teoría desarrollada por Stoner (2000), quien sostiene que la Competitividad, ya sea en una entidad privada o pública, implica la capacidad de mantener una posición constante en el contexto socioeconómico. Este logro se alcanza mediante ventajas comparativas que facilitan la realización y expansión de la entidad. Además, el concepto de competitividad conlleva la noción de excelencia, entendida como la posesión de características eficientes y eficaces por parte de la organización.

Es crucial destacar que la competitividad no surge por casualidad ni de manera espontánea; más bien, se crea y se logra a través de un extenso proceso de aprendizaje y negociación entre grupos colectivos representativos. Estos grupos configuran la dinámica de la conducta organizativa e incluyen a accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, la competencia y el mercado, así como el gobierno y la sociedad en general. Este enfoque integral subraya la complejidad de los factores que influyen en la competitividad y resalta la importancia de la colaboración y la interacción entre diversos actores para alcanzar y mantener altos niveles de competitividad.

En la investigación llevada a cabo por Luna (2020), se propuso como objetivo principal explicar los efectos e impactos derivados de la implementación de la Ley de Apoyo a la Competitividad productiva, específicamente la Ley 29337, también conocida como Ley de Procompite. Este propósito guarda similitud con uno de los objetivos planteados en la presente investigación, que

busca analizar la situación del aspecto sectorial en la crianza de cuyes en la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis. Se observa una notable coincidencia, incluso en el uso de metodologías similares en ambas investigaciones.

Ambos estudios comparten como unidad de estudio a los beneficiarios de las propuestas productivas de crianza de cuyes, siendo 99 en el antecedente y 64 en el presente caso, representando a productores afiliados a la Cooperativa de Servicios Múltiples, ubicados en los Caseríos de Hornitos. Esta continuidad metodológica y enfoque similar permite establecer comparaciones significativas y evaluar de manera coherente los resultados obtenidos en ambas investigaciones. Además, la investigación actual busca ampliar el conocimiento sobre la crianza de cuyes, contribuyendo así a la comprensión más completa de los factores que influyen en la competitividad en este sector específico.

La aplicación de la ley en la crianza de cuyes en el Distrito Santiago ha generado cambios notables en la producción, destacándose en aspectos técnicos como la adopción de infraestructura mejorada, como la crianza en galpones, entre otros elementos relevantes. Se han observado transformaciones en las instalaciones, pasando de jaulas y pozas a un enfoque más avanzado. Además, se ha mejorado la alimentación con la introducción de forraje más concentrado, y se ha optado por criar cuyes del tipo 1, incorporando prácticas sanitarias mejoradas mediante el uso de productos veterinarios. Estas modificaciones han contribuido a un aumento significativo en el peso de los cuyes a los tres meses, pasando de menos de 0.90 kg a 1.00 kg.

No solo se han evidenciado mejoras técnicas, sino también impactos positivos en los ingresos familiares. Antes de la implementación de PROCOMPITE, el promedio mensual de ingresos económicos era de S/210.20. Sin embargo, tras la ejecución de PROCOMPITE, se registró un promedio de ingresos económicos de S/573.64, representando un incremento del 268.19%. Estos resultados indican un impacto económico significativo en la comunidad.

En relación con la competitividad sectorial en la crianza de cuyes, se destacan características de mercado específicas. El producto final carece de un gran valor agregado o diferenciación notable, siendo la demanda mayoritariamente local (42.1%), aunque se ha identificado un caso de comercio interregional. Los mecanismos de marketing son mayoritariamente tradicionales, con un 89.5% que utiliza una red de contactos. Las barreras de entrada son consideradas regulares, con un 47.4% indicando la dificultad para establecer una granja de cuyes. En cuanto a las regulaciones, no se perciben como estrictas o excluyentes, y la demanda no presenta una exigencia significativa en cuanto a la obtención de certificados de sanidad

Basándonos en la base teórica proporcionada por la Organización Internacional del Trabajo (2016), la productividad se define como un proceso que, al utilizar eficientemente los recursos, se vuelve más efectivo a través de la innovación, que se convierte en un factor clave para potenciar la generación de bienes y servicios. Con el objetivo de potenciar la productividad, los propietarios de empresas pueden adoptar dos enfoques: por un lado, incrementar la producción sin alterar la cantidad de recursos invertidos, lo que implica aumentar la cantidad de bienes y servicios comercializados; por otro lado, reducir el uso de recursos sin afectar la producción, lo que implica una optimización en la gestión de los recursos disponibles.

Para mejorar la eficiencia y competitividad, las empresas pueden implementar estrategias que no solo se centren en el aumento de la producción, sino también en la optimización del uso de los recursos. Esta perspectiva no solo implica una mayor generación de bienes y servicios, sino que también apunta a una gestión más eficiente de los recursos disponibles, contribuyendo así a un desarrollo sostenible y a una mayor rentabilidad a largo plazo. Además, la adopción de prácticas innovadoras en la producción puede ser un elemento esencial para mantener la competitividad en un entorno empresarial en constante cambio.

## Conclusiones

La presente investigación concluye con las siguientes afirmaciones respecto a las preguntas formuladas;

**Primero:** La competitividad en la actividad productiva de la crianza de cuyes en la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, en el año 2022; presenta diversas peculiaridades, de manera general, se puede decir que, la actividad productiva estudiada tiene un nivel regular, y solo es impulsada por esfuerzos particulares, es decir, no se logra una homogeneidad, a pesar que, que los productores tuvieron un punto de partida equitativo, por el proyecto PROCOMPITE. Los productores en promedio tienen 9 años de experiencia en la crianza de cuyes, esto demuestra que la mayoría de los criadores tienen un nivel considerable de conocimientos y habilidades en la crianza de estos animales. En el nivel de asociación, los productores tienen una percepción mayoritariamente positiva, pues el 47.37% considera que el nivel de asociación es bueno y el 31.58% que lo califica como excelente. Las principales deficiencias que degradan la competitividad general son, en el aspecto sectorial, se tiene una carencia de insumo especializados para diversificar la alimentación e incrementar la cantidad de cuyes listos para la venta, la cuestión normativa no fue exigente, y no existe un el capital humano especializado (profesionales) que impulsen la competitividad de manera progresiva y sistemática.

**Segundo:** Los aspectos sistémicos de la competitividad en la actividad de producción de carne de cuy, desarrollada en la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, en el año 2022; tuvo las siguientes caracterizas; los productores tienen una percepción positiva a cerca del clima de negocio en el contexto estudiado; por otro lado, no existen especialistas agrónomos, de modo que el productor con más experiencia es reconocido como tal, y

su trabajo es calificado entre regular y bueno; existe una carencia importante de insumos procesados para la alimentación (soya, torta de soya); por otro lado, las políticas de fomento y promoción ejecutadas por la municipalidad de Canchis son calificados como buenas.

**Tercero:** En lo que respecta a la situación de competitividad sectorial de la actividad de crianza de cuyes, tiene las siguientes características de mercado, el producto final no tiene gran valor agregado ni diferenciación, la demanda en su mayoría es local, (42.1%), sin embargo se tiene un caso de comercio interregional; los mecanismos de marketing son tradicional por medio de red de contactos (89.5%), existen barreras de ingreso que son regulares, pues el 47.4% comenta que es difícil establecer un granja de cuyes; en cuanto a las regulaciones estas no fueron estrictas o excluyentes. La demanda no es tan exigente respecto a la petición de certificados de sanidad. En cuanto al apoyo directo de la municipalidad, este asciende a un promedio a S/6599 por cada productor, por su parte los productores también accedieron a préstamos; finalmente la inversión en conocimientos es nula.

**Cuarto:** Respecto a la competitividad en el ámbito empresarial, Las ganancias están sujetas a una temporalidad marcada, en promedio los ingresos no disminuyen de S/767 mensuales, y la ganancia por cada unidad producida en promedio es de S/12, el precio unitario promedio es de S/27. Los costos de administración en el registro de contable, son casi nulos, pues no tienen un soporte profesional, los registros son autogestionados y se dan de maneras semanales; por otro lado, la inversión en intangible es nula y la predisposición ante esta es baja (S/55 para la creación de una marca); en cuanto al capital humano, no es intensivo en su uso, apenas 2 personas tienen participación activa, las cuales no tiene

alta especialización, siendo el conocimiento práctico el más abundante; finalmente la antigüedad de la infraestructura en general es de 2 años, y ante averías optan por hacer reparaciones más que invertir en comprar nuevos equipos.

## Recomendaciones

De acuerdo a los resultados y conclusiones finales se cuenta con las siguientes recomendaciones;

- Se recomienda a la municipalidad de Canchis, o otra entidad con la capacidad de intervención, fortalecer la producción local, con otra fase de intervención para los productores que cuenten con mayor cuota de mercado, con la intención de mejorar el producto final, la presentación, generar una marca, entre otros factores a nivel empresarial, para lograr abarcar otros mercados más allá de los locales.
- Se sugiere a la municipalidad de Canchis conformar un equipo técnico, que hagan visitas programadas durante todo el año, además de llevar el seguimiento de los resultados de cada productor, con el fin de fortalecer las debilidades y promover esta actividad de manera planificada y de este modo incrementar paulatinamente las capacidades competitividad de los productores.
- Los esfuerzos en generar una cadena de producción de cuyes suelen ser dispersa, y no se logra una cantidad de producción que pueda ser considerada, siquiera, para el comercio exterior, por lo que, se recomienda concatenar esfuerzos a nivel regional y local, para que, en un mediano y largo plazo, lograr economías de escala, pues las expectativas de los productores suelen ser positivas, como lo muestra el análisis de los aspectos sistémicos. Además, se trata de un producto que cada vez es más apreciado por sus propiedades alimenticias.
- Se recomienda a la municipalidad de Canchis, generar innovaciones conjuntamente con los productores con el objetivo de lograr avanzar sobre la temporalidad que actualmente domina la actividad productiva, y de esta manera hacer más rentable la actividad. También se recomienda fortalecer las unidades productivas con las que se tiene gran

relación, como son los productores de alimento para el cuy, etc., pues la debilidad de estas unidades productoras supone la debilidad de toda la cadena productiva.

### Referencias Bibliográficas

- Aguirre, C., Barona, C., & Dávila, G. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico de una empresa industrial. *Revista Valor Contable*, 7(1), 10-24.
- Aguirre, H., Vásquez, C., & Paz, F. (15 de noviembre de 2017). Perú, buen clima de negocios. *El Peruano*, págs. 20-31.
- Andina Agencia Peruana de Noticias. (2022). *Agro Rural invertirá más de S/ 700,000 para capacitar a familias productoras de cuyes*. Lima: Andina.  
<https://andina.pe/agencia/noticia-agro-rural-invertira-mas-s-700000-para-capacitar-a-familias-productoras-cuyes-879187.aspx>
- Carrasco, S. (2014). *Técnicas de venta*. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A. .
- Castaño, L., & Gutiérrez, A. (2011). *Propuesta Para Determinar La Competitividad En Las Empresas Del Sector Comercial Del Área Metropolitana Centro Occidente AMC*. Lima: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA.  
<https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/bbc6a09c-e31c-43d2-a4b8-d8da8fac6f3b/content>
- Chauca de Zaldívar. (s.f.). *Producción de cuyes (Cavia porcellus) en los países andinos*. Lima.  
<https://www.fao.org/3/v6200t/v6200T05.htm#TopOfPage>
- Collantes, R., & Oliva, D. (2016). *Modelo de negocio para mejorar la competitividad de la cadena productiva del cuy -caso: cooperativa de servicios múltiples de productores de cuyes de los centros poblados del Distrito de Mórrope*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
- Departamento de Implementación del SNCCP. (2020). *Guía proceso comparación de precios portal transaccional*. Lima : Dirección General Contrataciones Públicas .

Díaz, D. (2023). *Impactos De La Ley Procompite En Agentes Económicos Organizados En La Producción De Cuy, Distrito De Bambamarca.*

<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/5947/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fernández, E., Montes, J., & Vásquez, J. (1998). *La competitividad de la empresa.* Universidad de Oviedo.

[https://books.google.com.pe/books?id=kQnzohZdMs4C&printsec=frontcover&dq=factor+sectorial+competitividad&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=kQnzohZdMs4C&printsec=frontcover&dq=factor+sectorial+competitividad&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Gonzalez, L., Ibarra, M., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130. <https://doi.org/https://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>

Heizer, J., & Render, B. (2004). *Principios de administración de operaciones.* México: Pearson Educación.

<https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/47cb70cab6ec78aa65b34e6c70ce8822.pdf>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodologia de la Investigacion.* Mexico: Mc Graw Hill.

Hurtado, E. (2018). *Guia de iNvestigación Científca.*

[https://www.mpfm.gob.pe/escuela/contenido/actividades/docs/6629\\_parte04.pdf](https://www.mpfm.gob.pe/escuela/contenido/actividades/docs/6629_parte04.pdf)

Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 24.

- Koontz, H., & Ciry, O. (2013). *Curso de Administración Moderna- Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas*. Litográfica Ingramex S.A.
- Luna, L. (2020). *Estudio de los efectos e impactos de la aplicación de la ley nro. 29337 - ley de procompite, de los productores de cuyes del Distrito de Santiago, Provincia del Cusco durante los años 2012 al 2014*. Universidad Nacional de San Antonio Abad. Cusco: Universidad Nacional de San Antonio Abad.
- Medeiros, V., & Goncalves, L. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*(129), 21.
- Medina, U., & Correa, A. (2011). *Cómo evaluar un proyecto empresarial: Una visión práctica*. Ediciones Díaz de Santos.  
[https://books.google.com.pe/books?id=5JqC3aLhKPkC&pg=PA61&dq=factor+sectorial+competitividad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiZ2O\\_c2uf4AhUIJrkGHVBTAtA4KBC7BxoEAcQCA#v=onepage&q=factor%20sectorial%20competitividad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=5JqC3aLhKPkC&pg=PA61&dq=factor+sectorial+competitividad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiZ2O_c2uf4AhUIJrkGHVBTAtA4KBC7BxoEAcQCA#v=onepage&q=factor%20sectorial%20competitividad&f=false)
- Meza, A. (2017). *El sistema de comercialización y su influencia en la competitividad de la cooperativa "copracuy " de la provincia de Tungurahua en el período 2016*. Universidad Tecnológica Indoamerica. Ambato: Universidad Tecnológica Indoamerica.
- Nel, P., Jiménez, W., & Buitrago, J. (2021). Las Teorías De La Competitividad: Una Síntesis. *Revista Republicana*(31), 119-144.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21017/Rev.Repub.2021.v31.a110>
- Organización Internacional del Trabajo . (2016). *Mejore su negocio, el recurso humano y la productividad* . Ginebra : Oficina Internacional del Trabajo, Departamento de Empresas .
- Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria, S.A.

[https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA\\_COMPETITIVA\\_T%C3%A9cnicas\\_para\\_el\\_an%C3%A1lisis\\_de\\_los\\_sectores\\_y\\_de\\_la\\_competencia](https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA_COMPETITIVA_T%C3%A9cnicas_para_el_an%C3%A1lisis_de_los_sectores_y_de_la_competencia)

Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia* . México : Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana .

Robbins, S., & Coulter, M. (2013). *Administración*. Prentice Hall Hispanoamericana, SA.

Rojas, M., Jaimes, L., & Valencia, M. (2017). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Revista Espacios*, 39(6), 11.

Rubio, L., & Baz, V. (2005). *El poder de la competitividad*. Fonde de Cultutra Económica.

Sallenave, J. P. (2014). *Gerencia y planeación estratégica*. Norma.

Stoner, F. (2000). *Administración*. Compañía Editorial Continental SA. De CV.

Zevallos, E., Equihua, A., & Torres, E. (2001). *Experiencias internacionales sobre políticas para la empresa media* . Santiago de Chile : McGRAW-HILL.

## **Anexos**

## Anexo 1. Matriz de consistencia

<b>TÍTULO: Análisis de la Competitividad en la crianza de Cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022.</b>				
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>SUB DIMENSIONES E INDICADORES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
¿De qué manera se presenta la competitividad en la crianza de cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022?	Describir la competitividad en la crianza de cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022.	<b>Competitividad</b>	<b>Aspectos sistémicos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Clima de negocio.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nivel de asociación.</li> <li>○ Cantidad y estado de Industrias conexas y de apoyo)</li> </ul> </li> <li>➤ Nivel de calidad de Políticas de fomento y promoción. (más cuantificables)</li> </ul>	<b>Nivel:</b> Descriptivo. <b>Diseño:</b> No experimental. <b>Enfoque:</b> Cuantitativo. <b>M</b> $\longrightarrow$ <b>V<sub>1</sub></b> <b>Donde:</b> <b>M:</b> Muestra <b>V<sub>1</sub>:</b> Competitividad. <b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b> <b>Población:</b> Todos los productores de cuyes de la comunidad Chihuaco. <b>Muestra:</b> 19 productores de cuyes. <b>TÉCNICAS</b> <b>INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</b> <b>Técnica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta.</li> </ul> <b>Instrumentos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario.</li> </ul> <b>MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS:</b> Para el procesamiento de datos se utilizará el programa estadístico SPSS V.25 para el análisis cuantitativo. <b>Aclaración sobre la naturaleza de los indicadores.</b> En el aspecto empresarial, los indicadores son claramente numéricos. Para los aspectos sistémicos y sectoriales, los indicadores son cuantitativos, estos se cuantificaran mediante una escala de Likert
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>		<b>Aspectos Sectoriales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estructuras de mercado.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grado de Competencia y rivalidad de las empresas.</li> </ul> </li> <li>➤ Regulaciones específicas.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estado de aplicación de Normas de salubridad, etc.</li> </ul> </li> <li>➤ Políticas de apoyo.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nuevos soles en transferencias directas por apoyo.</li> <li>○ Inversión en capacitación, etc.</li> </ul> </li> </ul>	
<b>P.E.1:</b> ¿Cómo son los aspectos sistémicos en la crianza de Cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022?  <b>P.E.2:</b> ¿Cuál es la situación del sector en la crianza de cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022?  <b>P.E.3:</b> ¿Cómo son los criterios referentes a los aspectos empresariales en los productores de Cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis 2022?	<b>O.E.1:</b> Describir los aspectos sistémicos en la crianza de Cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022.  <b>O.E.2:</b> Analizar la situación del sector en la crianza de cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis, 2022.  <b>O.E.3:</b> Detallar los criterios referentes a los aspectos empresariales en los productores de Cuyes de la Comunidad Campesina de Chihuaco Canchis 2022.			

**Nota:** Elaboración propia

## Anexo 2. Instrumento de investigación

### Encuesta

**Nombre y apellidos:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_; **Sexo:** masculino \_\_\_\_ / femenino \_\_\_\_

**Oficio u Profesión:** \_\_\_\_\_

**Tiempo que se dedica a la producción de cuyes:** \_\_\_\_\_

#### Aspectos sistémicos

➤ **Clima de negocio.**

- Nivel de asociación.

¿Considera que es importante celebrar algún contrato formal con sus proveedores, vendedores de pasto, algún agrónomo, o técnico veterinario, fabricante de galpones?

- Si es importante.
- Solo en algunos casos es importante.
- No es necesario, solo de manera verbal.

¿Los productores de alimento para cuyes (forraje verde, alimentos balanceados, otros) que hay en su zona, son de muy buena calidad?

- Acuerdo.
- Indiferente.
- Desacuerdo.

¿El personal técnico y profesional (veterinarios, agrónomos) que hay en su zona, son los mejores?

- Acuerdo
- Indiferente
- Desacuerdo

¿Está en la constante búsqueda de proveedores para elevar la producción, reducir los costos y mermas de su producción?

- Si
- Solo a veces
- no

¿Celebra acuerdos con sus proveedores para los insumos que requiere?

- Si

Solo a veces

no

¿Tiene algún convenio con personal técnico o profesional?

Si

no

¿Tiene acuerdos formales o verbales con otros productores de cuyes de su zona?

Si

No

*Discriminación del nivel de asociación observada, en base a las respuestas ofrecidas anteriormente;*

Muy Bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy Alto
1	2	3	4	5

o Cantidad y estado de Industrias conexas y de apoyo)

¿Cuantos veterinarios o agrónomos existen en su zona? \_\_\_\_\_

¿Cómo calificaría la calidad de sus servicios?

Bueno

Regular

Malo

¿Cuantos productores de forraje verde (pasto) hay en su zona?

\_\_\_\_\_

¿Existe algún servicio que es necesaria para la producción de cuyes que no hay cerca de su comunidad y le resulta caro?

Si, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

No.

➤ Nivel de calidad de Políticas de fomento y promoción. (mas cuantificables)

¿La municipalidad realiza actividades de fomento y promoción (festivales o ferias) donde el cuy resalte? y ¿Cuan frecuentes son?

- Si
- Frecuencia:
- Cada fin de semana.
  - Inter diario.
  - 2 veces al mes.
  - Otros; mencione: \_\_\_\_\_

No

**¿La municipalidad hace el esfuerzo de traer empresas e interesados en la carne de cuy?**

- Si
- No

**¿Considera que las acciones que ejecuta la municipalidad para promocionar y hacer más conocido la producción de cuyes en la comunidad de Chihuahua es excelente?**

- Si
- Regular
- No

*Discriminación del nivel de calidad de políticas de fomento, en base a las respuestas ofrecidas anteriormente;*

Muy Bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy Alto
1	2	3	4	5

#### **Aspectos Sectoriales**

- Estructuras de mercado.
  - Grado de Competencia y rivalidad de las empresas.

**¿Cómo vende los cuyes?**

- Vivos
- Ya procesados (sacrificados y pelados)
- Ambos
- Otro; mencione; \_\_\_\_\_

**¿Quién es su mayor comprador?**

- Las mismas personas de la comunidad

- Empresas (restaurantes) del distrito.
- Otros; mencione\_\_\_\_\_

**¿Qué medios de venta usa?**

- Tiene un local de venta en el distrito (Sicuani)
- Usa propagandas en radios locales.
- Publicidad por recomendación.

**actualmente ¿es fácil que otro comunero o vecino también pueda dedicarse a la crianza de cuyes?**

- Si, ahora es fácil dedicarse a este negocio.
- No, es difícil porque es fuerte la inversión inicial.

¿esta agrupados por algún medio de

➤ Regulaciones específicas.

- Estado de aplicación de Normas de salubridad, etc.

¿Existe alguna norma que le afecta o trata de cumplir en la producción de cuyes?

- Si
- No

¿Tuvo que cumplir con requisitos, permisos, normativas para dedicarse a la producción de cuyes?

- No
- Si.

Y ¿Le falta cumplir algún requisito?

- Si, Mencione cuales;

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- No, cumplí con todas.

¿Alguna vez, un comprador le pidió alguna algún aval o certificación de la calidad de la carne de cuye que produce?

- Si
- no

➤ Políticas de apoyo.

- Nuevos soles en transferencias directas por apoyo.

***Inversión inicial***

¿Qué cosas (herramientas, infraestructura, charlas, etc.) recibió, de manera directa, como apoyo de la municipalidad para ejecutar la inversión de producción de cuyes?

<b>Objeto (cosa o intangibles)</b>	<b>valor referencial.</b>
<b>Total:</b>	

¿Y a cuánto asciende aproximadamente el capital que usted tuvo que cubrir para tener todo listo para la producción?

\_\_\_\_\_

¿Accedió a un préstamo, para poder ejecutar su proyecto?

- Si saque un préstamo. ¿Aproximadamente Cuanto? \_\_\_\_\_
- No saque ningún préstamo, no fue necesario

***Proceso de producción***

Ya en la fase de producción ¿la municipalidad aun le da cierta financiación, aporte o con algún capital de trabajo? Y ¿a cuánto asciende aproximadamente?

- Si. ¿Aproximadamente Cuanto? \_\_\_\_\_
- No.

○ Inversión en capacitación, etc.

¿Considera usted que es importante tener nuevos conocimientos que pueda aplicar en la producción de cuyes? ¿Por qué?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Aún se capacita para mejorar sus conocimientos y aplicarlos en la producción?

- Si.

No.

¿Cuándo fue la última vez que tuvo una capacitación en temas relacionados a la producción de cuyes? \_\_\_\_\_

¿Cuánto estaría dispuesto a pagarle a un agrónomo o especialista en la producción de cuyes, para que le enseñe?

Menos de 1000 por hora.

1000 por hora.

1500 por hora.

Más de 1500 por hora.

¿Cuántos soles invierte en capacitaciones o especializaciones al mes?

\_\_\_\_\_

### Aspectos empresariales

➤ Eficiencia.

○ Rentabilidad.

¿la producción y venta varía por temporadas?

No.

Si. Especifique en el siguiente cuadro;

<b>Temporada alta</b> (temporada del año donde más se produce y vende)	Meses:	Cantidad promedio vendida en esos meses: (número de cuyes)	Precio:
<b>Temporada media</b> (temporada del año donde se produce y vende cantidades estatales o normales)	Meses:	Cantidad promedio vendida en esos meses: (número de cuyes)	Precio:

<b>Temporada baja</b> (temporada del año donde menos vende)	Meses:	Cantidad promedio vendida en esos meses: (número de cuyes)	Precio:
---	--------	---	---------

¿Aproximadamente cuando gana por cada cuy vendido?

\_\_\_\_\_ (rango)

¿

- Productividad.

Aproximadamente ¿En cuánto tiempo se tiene un cuy listo para venderlo?

\_\_\_\_\_

¿A cuánto vende cada cuy?

\_\_\_\_\_

- Comparación de precios y/o costos por producto.

¿Lleva los registros de sus inversiones, gastos y costos que tiene?

- No.
- Si.

¿Con cuanta frecuencia?

- Diaria
- Semanal
- Mensual

Revisando sus costos, ¿aproximadamente cuanto cree que le cuesta producir cada cuy?

\_\_\_\_\_

➤ Capacidad.

- Inversión intangible/ventas
- Composición de los recursos humanos.

¿Cuántas personas participan directamente en la crianza de cuyes?

\_\_\_\_\_



**Anexo 3. Permiso de trabajo de campo**

SOLICITO: Autorización para la aplicación de la  
encuesta del PROYECTO PROCOMPITE.

SEÑOR PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD DE CHIHUACO

Sr. Patricio Hanco Quispe

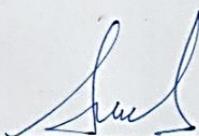
Saraya Ttito Rey Efraín Andersson, identificado con  
DNI Nro. 73301232, de la Ciudad del Cusco, en mi  
Calidad de Bachiller en Economía de la UNSAAC

Me presento ante Ud. Para exponer:

Que, teniendo la imperiosa necesidad de desarrollar mi trabajo de investigación cuyo  
Título es ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA CRIANZA DE CUYES DE LA COMUNIDAD  
CAMPESINA DE CHIHUACO – CANCHIS, 2022. Solicito la autorización para la aplicación de la  
encuesta para la recolección de datos de los socios participantes en el proyecto PROCOMPITE  
del año 2020.

Ruego a Ud. Acceder mi petición por ser de justicia.

Sicuaní, 19 de febrero del 2023



SARAYA TTITO REY EFRAÍN ANDERSSON

DNI: 73301232

COMUNIDAD CHIHUACO  
DIRECTIVA COMUNAL  
  
Patricio Hanco Quispe  
DNI: 24672811  
PRESIDENTE

**Anexo 4.** Reconocimiento de variables bajo la mirada clásica de la de economía.

Variable Dependiente	Variables independientes	Indicadores
	<b>Aspectos sistémicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Clima de negocio.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nivel de asociación.</li> <li>○ Cantidad y estado de Industrias conexas y de apoyo)</li> </ul> </li> <li>➤ Nivel de calidad de Políticas de fomento y promoción,</li> </ul>
<b>Competitividad</b>	<b>Aspectos Sectoriales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estructuras de mercado.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grado de Competencia y rivalidad de las empresas.</li> </ul> </li> <li>➤ Regulaciones específicas.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estado de aplicación de Normas de salubridad, etc.</li> </ul> </li> <li>➤ Políticas de apoyo.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nuevos soles en transferencias directas por apoyo.</li> <li>○ Inversión en capacitación, etc.</li> </ul> </li> </ul>
	<b>Aspectos empresariales.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Eficiencia.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ganancia.</li> <li>○ Productividad.</li> <li>○ Comparación de precios y/o costos por producto.</li> </ul> </li> <li>➤ Capacidad.               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Inversión intangible/ventas</li> <li>○ Composición de los recursos humanos.</li> <li>○ Antigüedad de los equipos</li> </ul> </li> </ul>

**Nota:** la anterior tabla obedece al reconocimiento de variables de estudio bajo la mirada clásica y rígida de la ciencia económica, en el cual, para detallar modelos que expliquen una problemática, el profesional economista tiene una mirada, donde trata de ubicar la problemática en función de sus causas, es decir, tiene una mirada funcional y causal, donde a manera de abstracción del problema, reconoce variables dependientes e independientes, plasmando el estudio desde un nivel explicativo. Lo cual, en ocasiones, se contrasta con la jerarquía y los mecanismos metodológicos de investigación, donde, por ejemplo, en un nivel de investigación descriptiva, no existen variables dependientes ni independientes, existe una única variable que es estudiada por medio de sus dimensiones, ya que su fin primordial es estudiar características fundamentales y profundizar su conducta en cierto contexto.

## Anexo 5. Disgregado de resultados

Ítems	Respuestas	% de N tablas
<b>NivelAsoc1</b>	Si es importante	100,0%
¿Considera que es importante celebrar algún contrato formal con sus proveedores, vendedores de pasto, algún agrónomo, o técnico veterinario, fabricante de galpones?	Solo en algunos casos es importante	0,0%
	No es necesario, solo de manera verbal	0,0%
<b>NivelAsoc2</b>	Acuerdo	100,0%
¿Los productores de alimento para cuyes (forraje verde, alimentos balanceados, otros) que hay en su zona, son de muy buena calidad?	Indiferente	0,0%
	Desacuerdo	0,0%
<b>NivelAsoc3</b>	Acuerdo	36,8%
¿El personal técnico y profesional (veterinarios, agrónomos) que hay en su zona, son los mejores?	Indiferente	47,4%
	Desacuerdo	15,8%
<b>NivelAsoc4</b>	Si	94,7%
¿Está en la constante búsqueda de proveedores para elevar la producción, reducir los costos y mermas de su producción?	Solo a veces	0,0%
	No	5,3%
<b>NivelAsoc5</b>	Si	73,7%
¿Celebra acuerdos con sus proveedores para los insumos que requiere?	Solo a veces	10,5%
	No	15,8%
<b>climAsoc6</b>	Si	73,7%
¿Tiene algún convenio con personal técnico o profesional?	No	26,3%
<b>NivelAsoc7</b>	Si	89,5%
¿Tiene acuerdos formales o verbales con otros productores de cuyes de su zona?	No	10,5%

### Argumentos para una capacitación continua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Más ganancias	1	5,3	5,3
Mayor cantidad evitando mortandad	1	5,3	5,3
Mayor cantidad producida	6	31,6	31,6
Mejorar calidad de pastos	1	5,3	5,3
Mejorar crianza, reproducción y pasto	1	5,3	5,3
Mejorar la eficiencia	1	5,3	5,3
Mejorar la producción	1	5,3	5,3
Mejorar la producción y pastos	1	5,3	5,3

Mejorar línea genética (reproductores)	1	5,3	5,3
Mejorar línea genética y ser el proveedor regional	1	5,3	5,3
Mejorar producción y sanidad animal	1	5,3	5,3
Mejorar sanidad y cuyes	1	5,3	5,3
Optimizar la crianza y mejorar calidad	2	10,5	10,5
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Nota:** Elaboración propia

**Descripción:** Se pueden observar los diferentes argumentos mencionados por los productores con respecto a la importancia de obtener nuevos conocimientos, donde el 31.5% considera importante para la mejora de producción, el 10.5% considera optimizar la crianza y mejorar la calidad y el resto considera otros argumentos.

#### Anexo 4. Material Fotográfico

##### Relación de socios

N°	NOMBRES Y APELLIDOS DE LOS SOCIOS	DNI
1	Celso Baca Quispe	29690715
2	Reyna Ccasa Quispe	40922548
3	Ricardo Mamani Chuco	24712600
4	Veronica Manuelo Ccopa	44810480
5	Cecilio Ccala Mamani	24670763
6	Filomena Maldonado Ccopa	24717770
7	Anastacio Quispe Paucar	24661908
8	Hilario Arone Quispe	24670475
9	Reyna Soncco Ccanquere	42848059
10	Delia Paucar Paucar	41212476
11	Benito Zevallos Quispe	24668440
12	Grimaldo Limachi Chuco	24660039
13	Juana Puma de Chalco	24675058
14	Lola Morocco Tapara	44043504
15	Flavio Ramiro Conto Ccala	09725471
16	Miguelina Ccopa Irco	23870804
17	Ayde Quispe Medrano	23995827
18	Susana Quispe Corimanya	24703831
19	Asunción Ccopa Huanca	24710015















