

Propuesta de mejoramiento de la producción y comercialización del cuy como alternativa para la agricultura familiar en la vereda Trojayaco municipio del el Tambo, Nariño.

GILDARDO REALPE MUÑOZ

Código: 98339094

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y DE
NEGOCIOS - ECACEN
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN AGROPECUARIA
SAN JUAN DE PASTO

2016

PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DEL CUY COMO ALTERNATIVA PARA LA AGRICULTURA FAMILIAR EN LA
VEREDA TROJAYACO MUNICIPIO DEL EL TAMBO, NARIÑO.

GILDARDO REALPE MUÑOZ

Código: 98339094

Asesor

Dr. DIEGO MARTINEZ

Administrador de Empresa

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y DE
NEGOCIOS - ECACEN
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
SAN JUAN DE PASTO

2016

Nota de Aceptación

Firma

Firma

Firma

Dedicatoria

A todas aquellas personas que creyeron en mí y que con su apoyo me alentaron a seguir y no desfallecer.

A mi esposa y a mi hijo, a toda mi familia, a Dios a mi padre que desde el cielo me sigue apoyando, a mis maestros que forjaron los conocimientos que hoy tengo, a todos mil gracias.

CONTENIDO

Resumen.....	9
Abstract.....	10
1. El problema de investigación.....	11
1.1 Planteamiento del Problema	11
1.2 Formulación del problema	13
1.3 Sistematización del problema	14
2. Objetivos.....	14
2.1 Objetivo General.....	14
2.2 Objetivos Específicos.....	15
3. Justificación	15
4. Marco referencial	18
4.1 Marco Teórico.....	18
5. Marco metodológico	22
5.1 Investigación descriptiva	22
5.2 Técnica de recolección de datos.	22
6. Encuesta	23
6.1 Información general	23
6.2 Caracterización de la explotación cuyícola.....	25
6.3 Parámetros técnicos	32
6.4 Hallazgos encontrados	34
7. Marco Contextual.....	35
8. Marco Legal.....	37
9. Marco Conceptual.....	38
10. Estudio de mercado.....	41
10.1 Descripción del producto	41
10.2 Características nutritivas de la carne de cuy	42
10.3 Usos del producto	44
10.4 Análisis del sector	45
10.5. La producción de cuy en el departamento de Nariño	45
10.6. Análisis de la demanda	49
10.6.1Análisis de la demanda Histórica del Cuy en Nariño	49
10.7 Segmentación del Mercado.....	55
10.8Usuarios Finales del Producto	56
11. Esquema Temático (Diseño de la Propuesta)	57
11.1Etapa de Diagnostico, Levantamiento de línea de base y lanzamiento de la propuesta	57

11.2. Formulación acciones para el mejoramiento de la producción.....	58
12. Estrategias para el mejoramiento de la comercialización	68
13. Estrategias que permita la organización socio – empresarial para el mejoramiento de la comercialización.	69
14. Presupuesto	72
15. Análisis de riesgo.....	75
16. Cronograma.....	75
CONCLUSIONES	78
RECOMENDACIONES.....	79
BIBLIOGRAFÍA	80

Lista de tablas

Tabla 1 Planteamiento del problema.....	11
Tabla 2 Cuadro comparativo de valor nutricional (cuy frente a otras especies).....	43
Tabla 3 Características nutritivas del cuy (promedio)	43
Tabla 4 Composición de la carne del cuy con Relación a otras especies.	44
Tabla 5 Producción histórica del cuy años 2012 a 2013.....	46
Tabla 6 Consumo per cápita anual de las carnes de res, pollo y cerdo en Colombia periodo 2004-2013 (kg/hab/año).....	48
Tabla 7 Consumo de cuy en Épocas y lugares del Departamento de Nariño	51
Tabla 8 Planificación Técnica De Producción De Cuyes Con Dos Núcleos (6 Hembras 1 Macho)	67
Tabla 9 Planificación Técnica De Producción De Cuyes Con Dos Nucleos (12 Hembras 2 Machos).....	68
Tabla 10 Presupuesto detallado	72
Tabla 11 Cronograma	75

Lista de figuras

<i>Figura 1</i> Diagnostico área total de pastos dedicados a cuyes.....	23
<i>Figura 2</i> Número de Grupos Asociativos.....	24
<i>Figura 3</i> Número de productores por núcleo familiar.....	24
<i>Figura 4</i> Número Hembras reproductoras.....	25
<i>Figura 5</i> Número Machos * Hembra reproductores.....	25
<i>Figura 6</i> Número total de cuyes en la explotación - Hembra.....	26
<i>Figura 7</i> Número total de cuyes en la Explotación – Machos.....	26
<i>Figura 8</i> Número total de cuyes en la Explotación.....	27
<i>Figura 9</i> Tipo de cuyes.....	27
<i>Figura 10</i> Tipo de Instalación.....	28
<i>Figura 11</i> Alimentación.....	29
<i>Figura 12</i> Elaborado en la explotación.....	29
<i>Figura 13</i> Venta.....	30
<i>Figura 14</i> Peso de venta del cuy.....	30
<i>Figura 15</i> Edad de venta de cuy.....	31
<i>Figura 16</i> Precio de venta animales para Asadero, Pie de Cría, Descartes.....	31
<i>Figura 17</i> Porcentaje de fertilidad.....	32
<i>Figura 18</i> Promedio número de gazapos al nacimiento.....	33
<i>Figura 19</i> Promedio número de gazapos al destete.....	33
<i>Figura 20</i> Porcentaje de mortalidad.....	34
<i>Figura 21</i> Localización.....	35
<i>Figura 22</i> Distribución porcentual del inventario cuyícola – Encuesta Nacional Agropecuaria, 2009 CCI-MADR.....	45
<i>Figura 23</i> Evolución Del Consumo Per cápita De Carne De Res Pollo Y Cerdo 2004 A 2013.....	49
<i>Figura 24</i> Ruta de Realización de la Asistencia Técnica Integral en la propuesta.....	59
<i>Figura 25</i> Asistencia técnica integral.....	60

Resumen

La producción de cuy en el Departamento de Nariño es una actividad económica que se desarrolla en las zonas rurales de difícil manejo en condiciones de micro minifundio con extensiones de $\frac{1}{4}$ de hectárea (2500 M²) a 1 hectárea de tierra, donde se realiza la crianza y producción de cuy en jaulas o jaulones ubicados en pequeñas áreas cercanas a las viviendas de las familias.

La propuesta para el mejoramiento de la producción, comercialización y organización socio-empresarial de los productores de cuy de la vereda Trojayaco, municipio de El Tambo, Nariño, contribuye a disminuir la producción inestable, mejorar la rentabilidad y productividad del sector cuyícola, encaminar el fortalecimiento de la agroindustria, mediante la articulación de los diferentes actores de la cadena productiva. De tal manera que se enriquece la capacidad de enfrentar las condiciones cambiantes del mercado, se fortalece el desarrollo de capacidades innovadoras, se incrementa el nivel de inclusión de los pequeños productores a los mercados formales.

Palabras clave

Cuy, producción, comercialización, mercado, asociatividad, organizaciones, socio empresarial

Abstract

Production of cuy in the Department of Nariño is an economic activity that takes place in rural areas difficult to handle in terms of micro small farms with extensions $\frac{1}{4}$ hectare (2500 M²) to 1 hectare of land where the wine is aged and cuy production in cages or crates located in small areas near the homes of families.

The proposal for improving the production, marketing and socio-entrepreneurial organization of producers of cuy of Trojayaco, municipality of El Tambo, Nariño, sidewalk helps reduce unstable production, improve profitability and productivity Guinea pig sector routed strengthening agribusiness, through the articulation of the various actors in the production chain. So that the ability to cope with changing market conditions is enriched, development of innovative capabilities is strengthened, the level of inclusion of small producers to formal markets increases.

Keywords

Cuy, production, marketing, market, associations, organizations, business partner

1. El problema de investigación

1.1 Planteamiento del Problema

Existe un deficiente dinamismo del sistema de agricultura familiar de los pequeños productores campesinos de la vereda Trojayaco, municipio de El Tambo, que se evidencia por la existencia de un sistema de crianza de cuyes y manejo técnico inadecuado e insostenible, débil acceso a los mercados locales, nacionales e internacionales, y débiles capacidades socio empresariales de liderazgo y gestión en los pequeños productores de cuy.

Los pequeños productores de Cuy de la vereda Trojayaco, está conformado por 50 unidades familiares cuyo principal problema es la baja producción, distribución y comercialización del producto, explicadas principalmente por:

Tabla 1 Planteamiento del problema

Planteamiento del problema	
Variables	Problema identificado
Sistema productivo	La existencia de un sistema de producción de cuy inadecuado e insostenible se genera por una escasa y deficiente planificación de la producción, el débil conocimiento del manejo técnico en su ciclo productivo y reproductivo, escasa tecnificación, malas técnicas en la alimentación y deficiente control de enfermedades y plagas. Esto genera una baja calidad y por ende baja competitividad en la producción del cuy que se ve reflejada en una producción de baja rentabilidad, altos costos de producción y por último la desmotivación para la

producción.

sistema de comercialización

Debilidad de los productores para acceder a los mercados con precios justos puesto que existen altos niveles de intermediación, además de esto se presenta un desconocimiento de los mercados por parte de los pequeños productores de cuy que les impide conocer las tendencias y necesidades que demandan los mercados locales o nacionales y las épocas o temporadas de mayor demanda. lo cual genera altos niveles de vulnerabilidad de desplazamiento del sector cuyícola por los cambios y variaciones en los mercados y la aplicación de tratados de libre comercio con otros países del mundo tales como EE.UU, Unión europea y Japón.

Organización socio – empresarial

Existe una deficiente organización socio empresarial, liderazgo y gestión de los productores de cuy puesto que hay débiles capacidades de trabajo asociativo, individualismo en la producción y renuencia al trabajo en equipo de los productores. Por esto se presenta una débil capacidad de gestión y débil manejo empresarial. por lo que existe una marcada debilidad para producir y comercializar el cuy en forma asociativa y de manera organizada, incumpliendo con la demanda actual de los mercados locales y generando a su vez la pérdida de oportunidades de realización de negocios y por ende la disminución

de ingresos económicos de las familias dedicadas a esta actividad económica; provocando a su vez atraso en las comunidades, disminución de los niveles de desarrollo agropecuario y el estancamiento de la economía en las subregiones del departamento de Nariño. Por otra parte la débil asociatividad de los productores de cuy, les impide establecer una producción estable que garantice una oferta de producto constante y en condiciones de buena calidad como lo demandan los mercados locales, regionales y nacionales actuales.

Fuente: Este Estudio

En la actualidad se presenta un alto grado de trabajo individual de los productores de cuy, llegando hasta un 89% de dicha población. Esta situación es limitante para la consolidación del sector cuyícola como cadena y apuesta productiva para el desarrollo económico del Departamento de Nariño. De tal suerte que el sector cuyícola ha perdido gran parte de las oportunidades que ofrecen los entes gubernamentales y no gubernamentales de consolidarse como eje estratégico de desarrollo agropecuario.

1.2 Formulación del problema

¿Qué acciones se puede proponer para el mejoramiento del sistema de producción y comercialización de cuy de los pequeños productores de cuy como alternativa agro familiar en la vereda Trojayaco municipio del El Tambo Nariño?

1.3 Sistematización del problema

¿Cuál es la situación actual de los pequeños productores dedicados a la actividad cuyicula en la vereda Trojayaco municipio del El Tambo Nariño?

¿A través de qué acciones se puede mejorar la producción de cuy de los pequeños productores dedicados a la actividad cuyicula en la vereda Trojayaco municipio del El Tambo Nariño?

¿A través de qué acciones se puede mejorar la comercialización de cuy de los pequeños productores dedicados a la actividad cuyicula en la vereda Trojayaco municipio del El Tambo Nariño?

¿Qué estrategias se puede fortalecer la organización socio - empresarial de los pequeños productores dedicados a la producción del cuy en la vereda Trojayaco, municipio de El Tambo, Nariño?

2. Objetivos

2.1 Objetivo General.

Formular una propuesta de mejoramiento de la producción y comercialización del Cuy como alternativa para la agricultura familiar en la vereda Trojayaco municipio del El Tambo, Nariño.

2.2 Objetivos Específicos.

1. Diagnosticar a los campesinos dedicados a la actividad cuyicula en la vereda Trojayaco municipio del El Tambo Nariño.
2. Formular acciones para el mejoramiento de la producción de los pequeños productores dedicados a la actividad cuyicula en la vereda Trojayaco municipio del El Tambo Nariño.
3. Proponer estrategias para el mejoramiento del nivel de acceso a los mercados de cuy a nivel regional con precios justos.
4. Identificar estrategias que permita la organización socio – empresarial para el mejoramiento de la comercialización de los pequeños productores de cuy como alternativa agro familiar en la vereda Trojayaco municipio del El Tambo Nariño.

3. Justificación

El presente proyecto pretende contribuir a promover un proceso de desarrollo económico local generador de empleo, riqueza y bienestar económico y social para vereda Trojayaco municipio del El Tambo Nariño, además proponer un modelo asociativo que mejore a largo plazo la productividad y competitividad de los pequeños productores de cuy como alternativa agro familiar.

La producción de cuyes en el municipio de El Tambo es reconocida a nivel regional y representa un renglón importante en la economía municipal, esta actividad se contempla

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY¹⁶

como eje de desarrollo en el Plan de Desarrollo Municipal El Tambo “Trabajamos unidos por el cambio” 2012 - 2015. Los productores de cuyes cuentan con líneas mejoradas para pie de cría y el municipio trae consigo un conocimiento ganado por décadas sobre esta importante actividad económica a tal punto que goza de un reconocimiento en el departamento.

La propuesta para el mejoramiento de la producción, comercialización y organización socio empresarial de los productores de cuy permitirá disminuir la producción inestable, mejorar la rentabilidad y productividad del sector cuyícola, encaminar el fortalecimiento de la agroindustria, mediante la articulación de los diferentes actores de la cadena productiva. De tal manera que se enriquece la capacidad de enfrentar las condiciones cambiantes del mercado, se fortalece el desarrollo de capacidades innovadoras, se incrementa el nivel de inclusión de los pequeños productores a los mercados formales.

En el Departamento de Nariño el cuy se ha constituido como el plato típico de la región, este se prepara tradicionalmente asado, el primer paso a realizar es la evisceración del animal, posteriormente se condimenta y se asa durante un lapso de 40 minutos aproximadamente, tiempo aprovechado por el consumidor para degustar los "sungos" (corazón, hígado, pulmones, riñones) y bebidas como cerveza, licor, gaseosas entre otras. El cuy se consume generalmente con papas cocidas y ají. Algunas de las características ante mortem exigidas por los asaderos son: peso superior a 1.200 g, tamaño de la canal entre 25 y 30 cm, colores claros como el blanco, alazán, bayo o combinados.

El consumo anual de los asaderos familiares y empresariales se encuentra alrededor de 172.761 canales/ año, con una demanda total para el Municipio de Pasto cercana a 335.966 canales/año. De igual manera se estableció un déficit en la producción de 95.970 cuyes/ año, generando una demanda insatisfecha del mismo valor. Los productores semitecnificados del

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY¹⁷

Municipio de Pasto producen 196.886 cuyes/año, de los cuales 118.133 son para consumo, 39.377 se destinan para pío de cría, se reservan 19.688 para renovación de galpones y 19.688 se destinan para autoconsumo. (Argote 2009).

Los canales de comercialización del cuy en el Municipio de Pasto se describen de la siguiente manera: un 26% de los asaderos tienen un contrato con productores de la zona, un 21,2% de la producción es captada por los intermediarios y comercializada con asaderos, un 5,3% los dueños de los negocios tienen contrato con un proveedor en el Ecuador, un 21,3% tiene que movilizarse hasta las veredas circundantes para adquirirlo con los productores.

La cuyicultura es una actividad económica de probada rentabilidad, como bien lo afirman los productores. Para el caso de los beneficiarios del proyecto una situación climática adversa no se puede convertir en la excusa de dejar de producir cuyes, por lo anterior y poniendo de manifiesto que se cuenta con el conocimiento técnico, se dispone de los galpones y se cuenta con el terreno para cultivar pastos de corte, solamente se requiere repoblar el número de animales, recuperar los pastos deteriorados por el intenso verano, adquirir el alimento necesario para su sostenimiento e insumos y finalmente un plan de capacitación en temas de higiene y sanidad de las unidades productivas y medidas de mitigación frente a efectos climáticos extremos.

Finalmente con los resultados obtenidos con la realización de la propuesta, estos servirán de motivación a la comunidad productora de cuyes para que replique estas acciones, en torno a la implementación de programas de higiene y sanidad, así como ponga en práctica algunas medidas de mitigación frente a cambios climáticos extremos. 50 Familias dedicadas a la actividad cuyicula en la vereda de Trojayaco, municipio de El Tambo, Nariño son las priorizadas en esta propuesta, estas familias son las que día a día buscan una forma de generar ingresos y mejorar su calidad de vida pero tienen una amenaza constante y son los

grandes productores de cuyes que buscan eliminarlos del mercado actual y posesionarse individualmente.

4. Marco referencial

4.1 Marco Teórico

La productividad de una actividad se determina por la capacidad que tienen las personas que la realizan para producir desarrollando una mejor tecnología y a un precio menor, de suerte que al mejorar los medios de producción se promueve el desarrollo económico y se llega a ser competitivo en un mercado determinado, esto conlleva a que se mejoren las condiciones empresariales y por ende la calidad de vida de los grupos sociales (Comisión Regional de Competitividad de Nariño 2009).

En su artículo ADEPRO “Como combatir la pobreza” Mario Ossandón, de la Asociación Chilena de Municipalidades, plantea que la provisión de mejores servicios públicos, la disponibilidad de suelos para actividades productivas, las condiciones de las viviendas, la recreación, la seguridad y la movilidad pueden crear un ambiente positivo en la realidad económica de cada zona. Esto en tanto que la creación de actividades productivas genera empresas que por medio de estrategias acordes a la producción y sostenibilidad mejoran las condiciones de vida de los actores de determinadas actividades y esto a su vez determina las condiciones necesarias para que se fomente un desarrollo a nivel económico y social. Arturo Núñez del Prado, de ILPES/CEPAL, afirma que si la forma más correcta de consolidar la democracia es construyendo sociedades más justas, y la pobreza y la exclusión social se contrarrestan mejor con la generación de empleos, no cabe duda que este es un tema central. Por ello, el tema de la expansión productiva, del desarrollo económico local es de

gran importancia. Según (ADEPRO 2007), nos dice que la articulación de las diferentes instituciones del estado, la empresa privada, las agremiaciones de cooperación internacional y la comunidad en general generen mecanismos a fin de consolidar modelos empresariales que dinamicen el mercado en la región. De esta manera la actividad empresarial tiene como objetivo principal el beneficio ya sea individual como también social en la medida en que genera empleo, desarrollo, tecnología, innovación, competitividad, entre otros.

Según Benjamín Betancourt (2009) desde el punto de vista más técnico, la Productividad se define como “la producción por unidad de factor”. Sin embargo esta definición condensada puede entenderse en dos sentidos diferentes, según que se refiera la producción a uno de los factores o al conjunto de los factores de la misma (productividad global).

Tal es la noción general establecida por la OECE: (1950) “la productividad es el cociente de dividir una producción por uno de los factores de esa producción. Se habla así de la productividad el capital, de las inversiones, de las materias primas, según que se relacione la producción con el capital, con las inversiones, con las materias primas, etc.”, de esta manera Betancourt (2009), precisa “la noción más extendida de la productividad es la referida al trabajo humano, de suerte que, cuando se habla de productividad sin otro calificativo, es de la productividad del trabajo de la que se trata”.

Así, mejorando las condiciones de producción se puede lograr alcanzar la competitividad que según (Porter 1991) debe ser entendida como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, lucrativa o no, de obtener y mantener ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY²⁰

socioeconómico. Para (Gómez Hernández, 2011), la ventaja competitiva de una empresa está en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos de los que dispone, y los mismos de los que carecen sus competidores o tienen en menor medida, haciendo posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos. Esto permite dirigir los esfuerzos de los productores hacia el objetivo de lograr estabilizarse en el mercado y ejercer una sana competencia, esto se logra mejorando la producción, explotando otros campos y ofreciendo mayor calidad para poder abastecer las necesidades de las personas.

Con el propósito de organizar socio – empresarial a los pequeños productores de cuy se pretende la aplicación de la metodología LINK, una guía participativa sobre modelos empresariales incluyentes con pequeños agricultores, publicada por el Centro Internacional de Agricultura Tropical CIAT, la cual ayudará a comprender el funcionamiento actual de la cadena de valor y los modelos empresariales clave, así podrá diseñar innovaciones que propicien una participación más eficaz de los grupos de productores; además, impulsará a los compradores a actuar de manera más favorable para los pequeños agricultores (Lundy, Mark 2012).

Esta metodología busca construir puentes entre los mundos dispares de la agricultura del mundo en desarrollo y las emergentes oportunidades del mercado, tanto en el sur como en las economías desarrolladas.

Se propone la implementación de herramientas metodológicas y de operación con las cuales los beneficiarios, al finalizar su etapa de ejecución, sean capaces por si solos de:

- Identificar y resolver problemas.

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY²¹

- Generar alianzas con clientes, proveedores, instituciones del sector público y privado.
- Realizar las funciones administrativas planeación, organización, seguimiento, evaluación y control.
- Desarrollar planes de acción para el buen manejo empresarial.
- Conocer sus costos de producción (eficacia “costo beneficio”).
- Contar con mecanismos de buena administración para creación de fondos auto gestionados de ahorro.

En términos de Pallares (2004), la asociatividad empresarial constituye la estrategia más poderosa en el mundo por las empresas de menor tamaño (pymes) de familia para enfrentar las transformaciones económicas y políticas, producidas principalmente por la fuerza de la tecnología y los mercados. Méndez Carrillo, (2009), sin embargo la competitividad es un término que tiene mucha relación con la asociatividad. Metcalf, (2002) afirma que “La competitividad se ha convertido en una de las preocupaciones centrales de los gobiernos y los sectores productivos porque se ha relacionado con el ingreso, empleo, inversión y comercio. La teoría de Gómez Hernández, (2011), también ha sido considerada como una estrategia para hacer frente a los cambios ocasionados por la apertura comercial, los ajustes estructurales y la reconversión productiva”.

En nuestro país según Caycedo (1995) se da inicio a la actividad investigativa con el propósito de mejorar los rendimientos productivos y reproductivos del cuy, considerando que por el manejo no apropiado se ha presentado una degeneración del material genético de los animales, desde 1977 se da inicio a la investigación del cuy tipo carne, introduciendo prácticas de manejo técnico en instalaciones, alimentación, selección y sanidad.

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY²²

Este mismo autor hace referencia a las actividades que se han desarrollado para mejorar la actividad de producción del cuy lo cual se ha fomentado inclusive en la cultura, así mismo menciona como en Colombia se dio un trabajo productivo realizado por la mujer campesina, expidiéndose una ley aprobada en el año 1984, que trata sobre la política del papel de la mujer campesina en el desarrollo agropecuario y de esta suerte es como en Nariño se fortalecen las organizaciones que encuentran viabilidad económica en esta actividad, dándose mayor desarrollo de la actividad cuyícola en Nariño a partir del año 1984.

5. Marco metodológico

Se utilizará el siguiente Tipo de investigación:

5.1 Investigación descriptiva

Porque el tipo de investigación y la metodología como se desarrolla esta en función de describir las variables a nivel cuantitativo y cualitativo que permiten determinar levantar un diagnóstico que permita evaluar la capacidad de producción y comercialización de los productores de cuy de la vereda Trojayaco, del municipio de El Tambo, Nariño, definiendo de esta forma la viabilidad del proyecto.

Se utilizará el siguiente Método de investigación:

5.2 Técnica de recolección de datos. Se realizó el censo a 50 productores de cuy de la vereda Trojayaco de El Tambo, por medio de encuestas dirigidas que se estructuraron a través de variables claves con el objeto de obtener información pertinente para el desarrollo de la propuesta.

6. Encuesta

Se realizó el censo a 50 pequeños productores de Cuy de la vereda Trojayaco, municipio de El Tambo, departamento de Nariño, a través de encuestas dirigidas que se estructuraron a través de variables claves con el objeto de obtener información pertinente para el desarrollo de la propuesta.

6.1 Información general

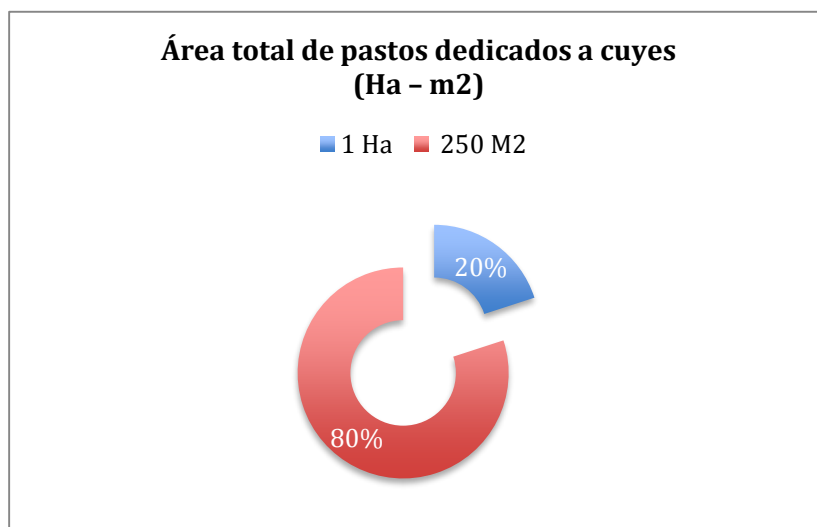


Figura 1 Diagnostico área total de pastos dedicados a cuyes

El 80% equivalente a 40 núcleos familiares productores de cuy poseen 250 metros cuadrados para su producción mientras que únicamente el 20% equivalente a 10 núcleos familiares productores de cuy poseen de 1 Hectárea para la producción



Figura 2 Número de Grupos Asociativos

El 100% de los productores carecen de organización asociativa que permita su organización socio – empresarial, trabajan de forma independiente e individualista.

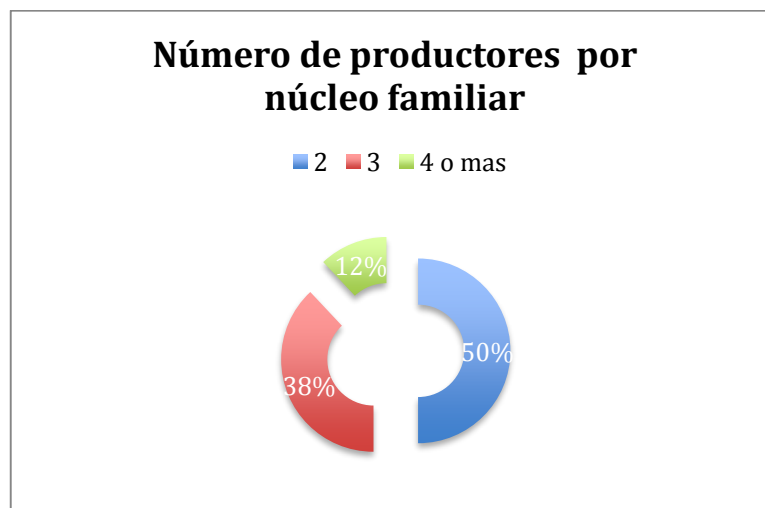


Figura 3 Número de productores por núcleo familiar

Los productores de cuyes que hacen parte de cada núcleo familiar es en su mayoría se compone de 2 a 3 miembros como manifiesta la gráfica con un 50 % y 38%, mientras que el 12% de los núcleos familiares están compuestos por 4 o más integrantes productores.

6.2 Caracterización de la explotación cuyícola

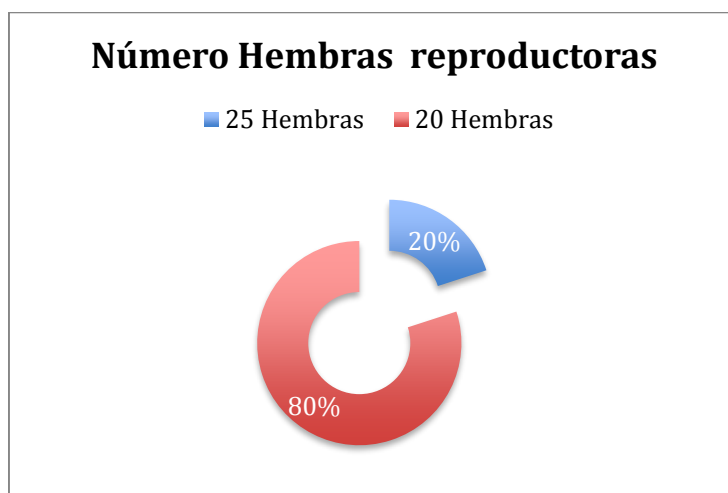


Figura 4 Número Hembras reproductoras

El 80 % de los productores tiene 20 hembras y el 20% tiene 25 hembras en reproducción debido a la infraestructura que poseen ya que el espacio es insuficiente para albergar más animales y aumentar la producción

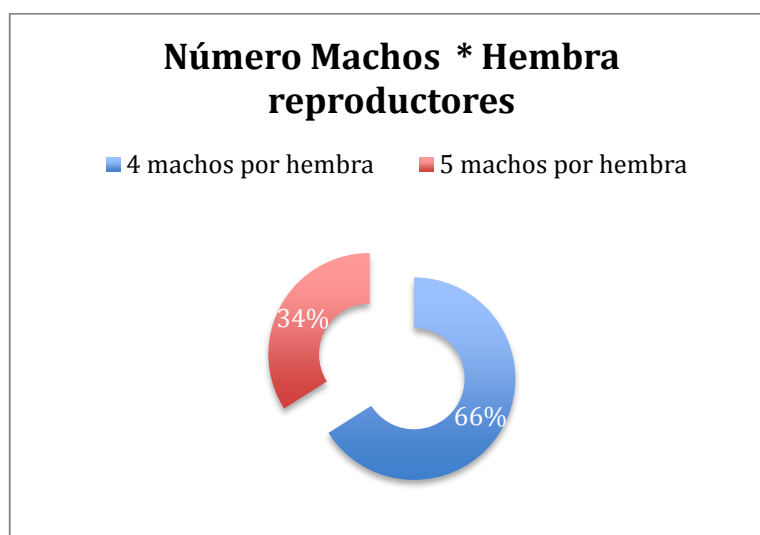


Figura 5 Número Machos * Hembra reproductores

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY²⁶

El 66% de los productores tienen 4 machos por cada hembra y el 34% poseen 5 machos por cada hembra, esto a razón del número de hembras que maneja cada productor que corresponde al número de 1 macho por cada 5 hembras

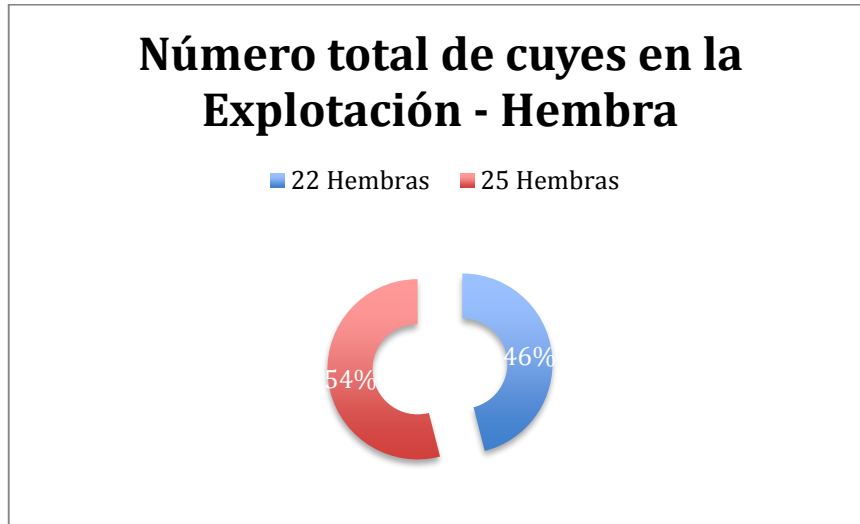


Figura 6 Número total de cuyes en la explotación - Hembra

El 46% de los productores maneja 22 hembras mientras el 54% maneja 25 hembras, esto se debe a que es espacio que cada uno posee para la crianza de los animales



Figura 7 . Número total de cuyes en la Explotación – Machos

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY²⁷

El 60% de los productores manejan 4 machos y el 40% manejan 5 machos consecuentemente con el número de hembras que se maneja en cada producción.

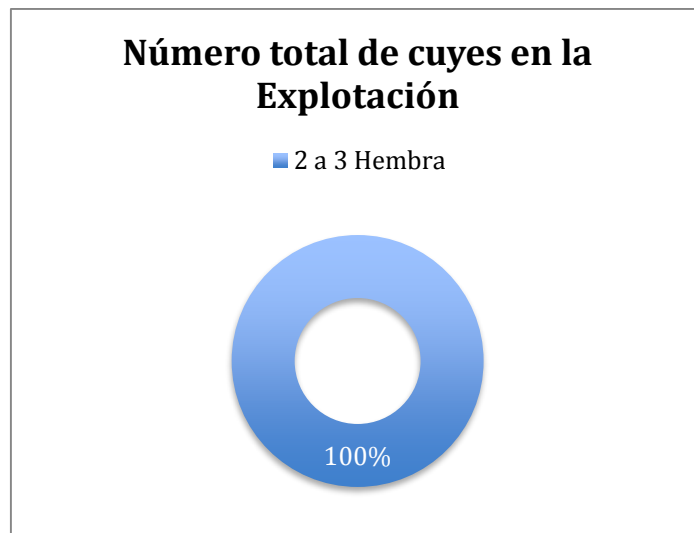


Figura 8 Número total de cuyes en la Explotación

El 100% de los productores afirman que el número de gazapos por parto es de 2 a 3, número que es bajo sabiendo que en esta etapa se presenta la mayor mortalidad lo que sugiere que se debería buscar una estrategia para que sea más alto este valor preferiblemente de 3 a 4.



Figura 9 Tipo de cuyes

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY²⁸

El 100% de la producción de cuyes son de tipo mejorados ya que sus características son de mejor desarrollo a un menor tiempo, lo que genera mayor utilidad para el productor, sin embargo presenta una mayor riesgo por factores de clima, mortalidad, deficiencia nutricional, entre otros. Los productores afirman que no poseen cuyes criollos porque son de menor tamaño y su desarrollo es más demorado, además que no poseen cuyes cruzados ya que carecen de espacio, tiempo y asistencia técnica en términos de mejoramientos de la raza.



Figura 10 Tipo de Instalación

El 20% de los productores posee un galpón que esta medianamente adecuado para la cría de cuyes, el 60% poseen jaulas las cuales se ubican en algún rincón de la vivienda (Cocina, paredes aledañas a la casa, entre otras) y el 20% utiliza otra forma como los pisos de las cocinas u otras habitaciones o encierros para las crías.

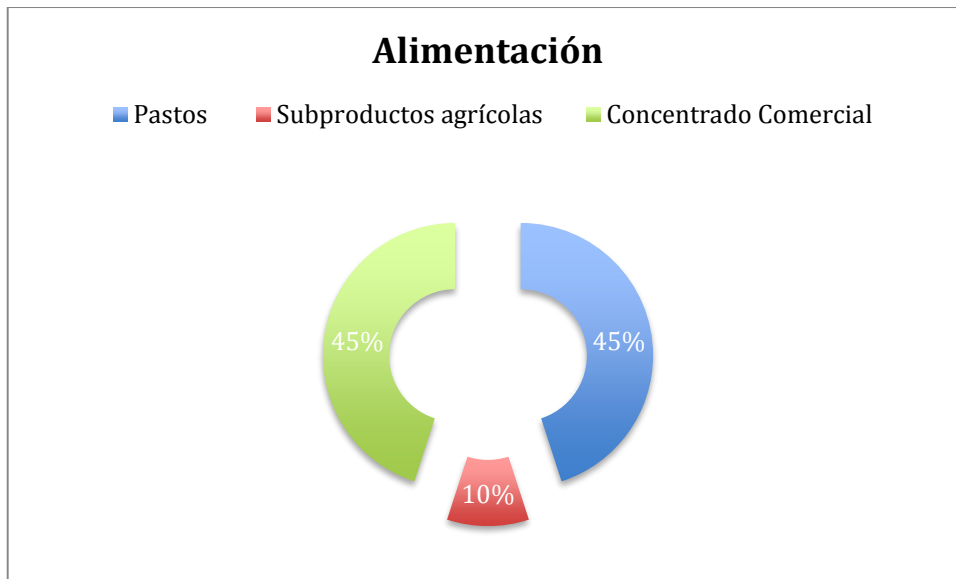


Figura 11 Alimentación

El 45% de los productores utilizan pastos de corte como alimento nutricional rico en vitamina C y otros nutrientes, también utilizan concentrados comerciales con el que obtienen mayores resultados en el desarrollo como mayor peso y mejor tamaño, otros productores como el 10% alimentan a los animales con subproductos agrícolas como afrechos de maíz, salvado de trigo, caña, etc. ningún productor utiliza concentrados naturales porque desconocen donde conseguirlos o como elaborarlos.

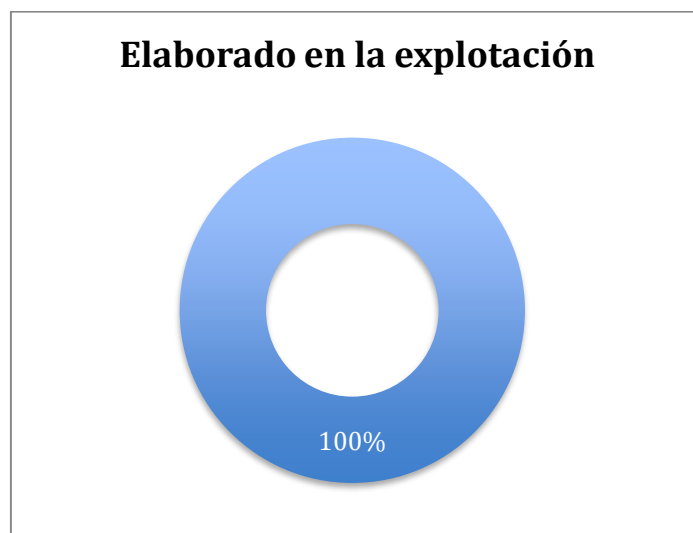


Figura 12 Elaborado en la explotación

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY³⁰

Ninguno de los productores elabora concentrados en su explotación para auto sostenerse sin tener que adquirirlos en el mercado por carencia de asistencia técnica en este tema.

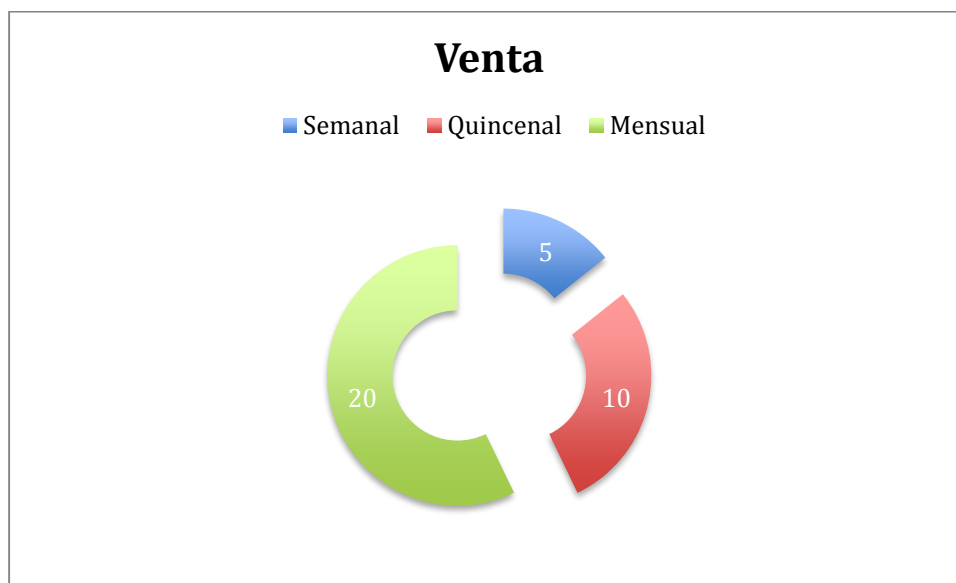


Figura 13 Venta

Eventualmente la producción está en el margen de comercialización de 5 animales semanales, 10 quincenales y 20 mensuales, lo que nos indica un número pequeño para acceder a un mercado más competitivo.

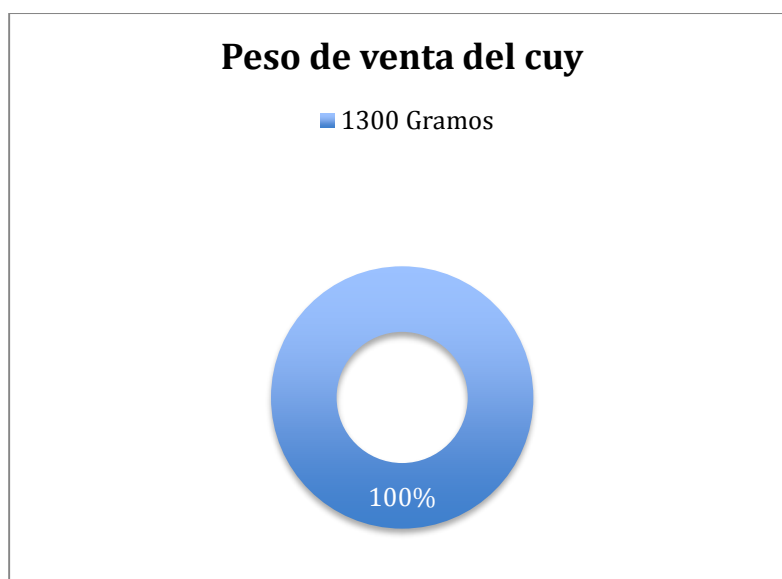


Figura 14 Peso de venta del cuy

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY³¹

El 100% de los productores vende los animales con un peso superior a 1.300 gramos peso exigido en el mercado para su comercialización

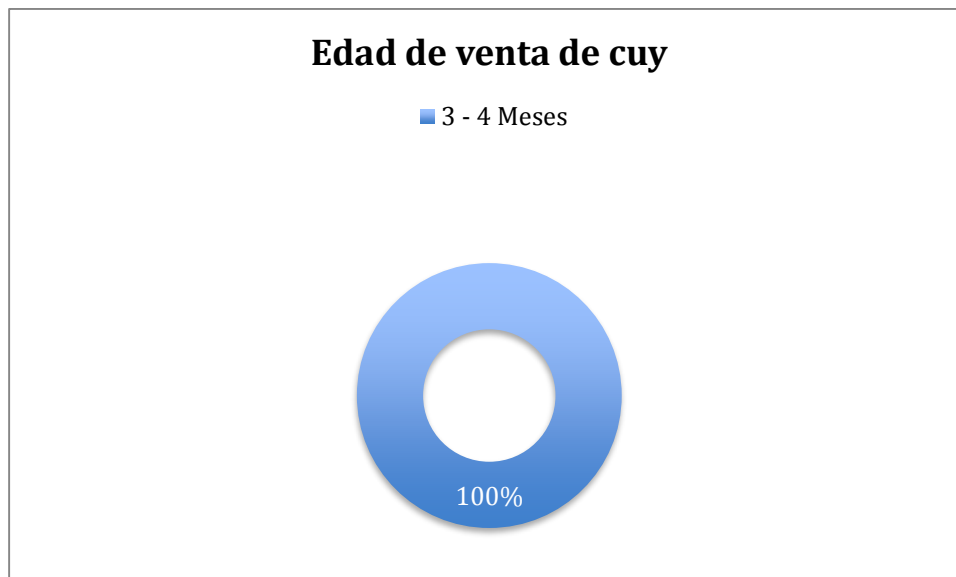


Figura 15 Edad de venta de cuy

El 100% de los productores afirma que el tiempo que demora el animal en llegar al peso requerido es de 3 meses en machos y 4 en hembras.

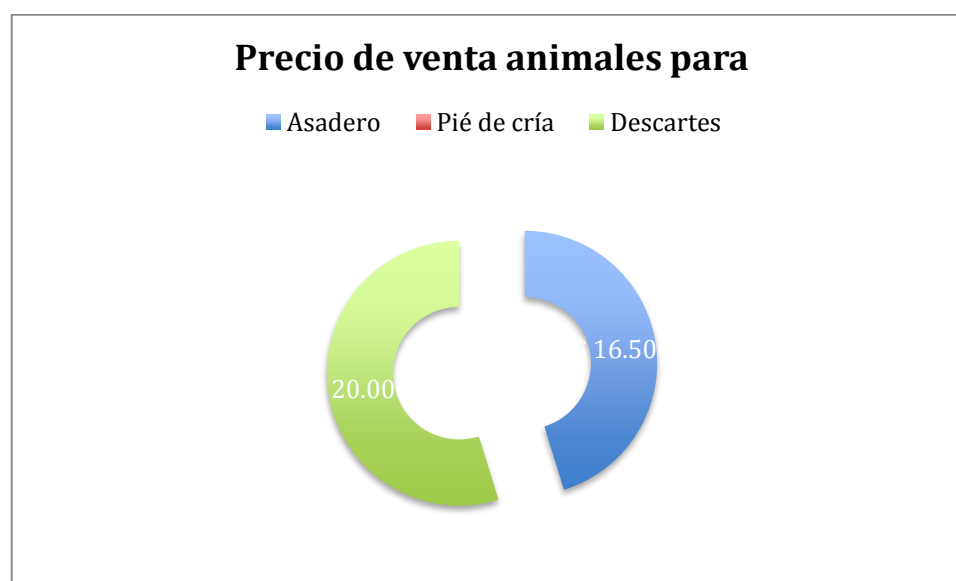


Figura 16 Precio de venta animales para Asadero, Pie de Cría, Descartes

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY³²

El total de los productores afirma que la venta de cuyes para asadero es de \$16.500 precio que no varía sino que tiende a aumentar, pero que sería más alto si la venta se realizara sin intermediarios, para descartes afirma que se vende en \$20.000 a razón de su mayor peso y tamaño pero mayor edad (a mayor edad mayor dureza de la piel y carne). En los productores de la vereda Trojayaco no existe venta de pie de cría por la baja producción del animal que no genera excedentes.

6.3 Parámetros técnicos

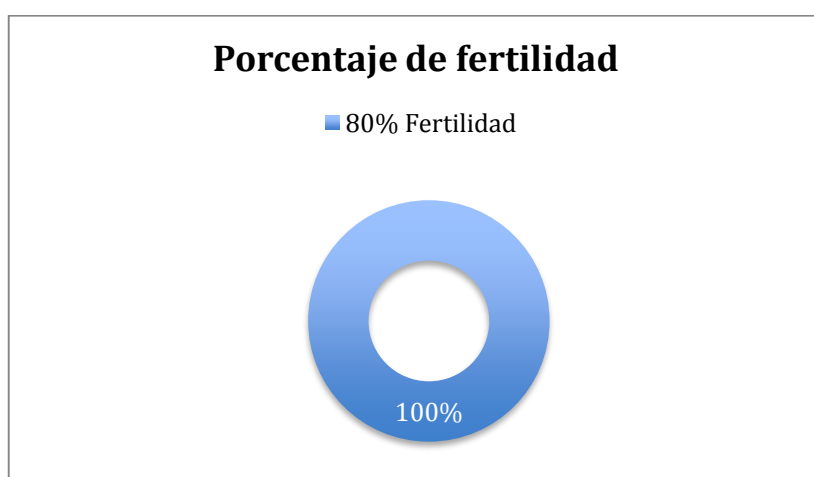


Figura 17 Porcentaje de fertilidad

Los productores afirman que la fertilidad en sus animales es del 80%, número que debería ser mayor para obtener mejores resultados.

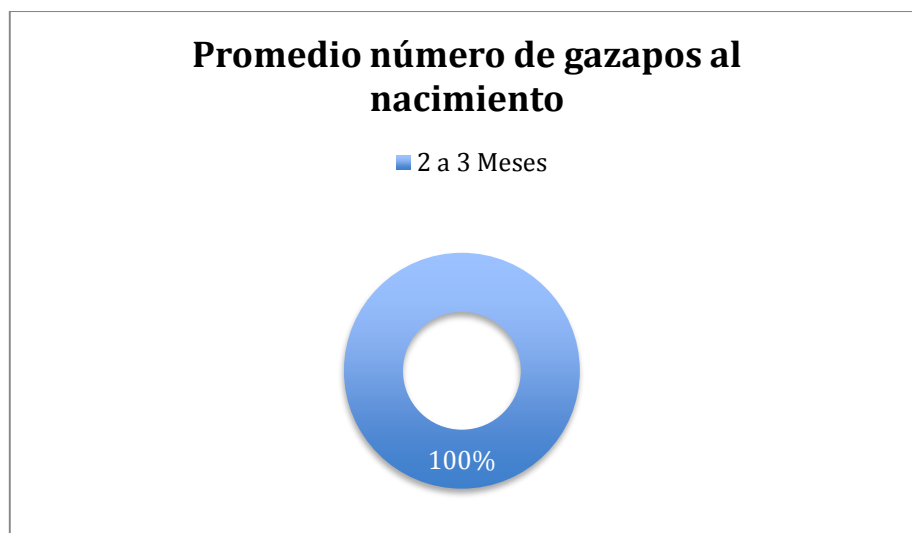


Figura 18 Promedio número de gazapos al nacimiento

El 100% de los productores afirma que el número de animales al nacimiento es de 2 a 3 lo que genera pocos animales al destete.



Figura 19 Promedio número de gazapos al destete

El 100% de los productores afirma que al destete obtiene 2 animales que son pocos para arrancar una producción rentable

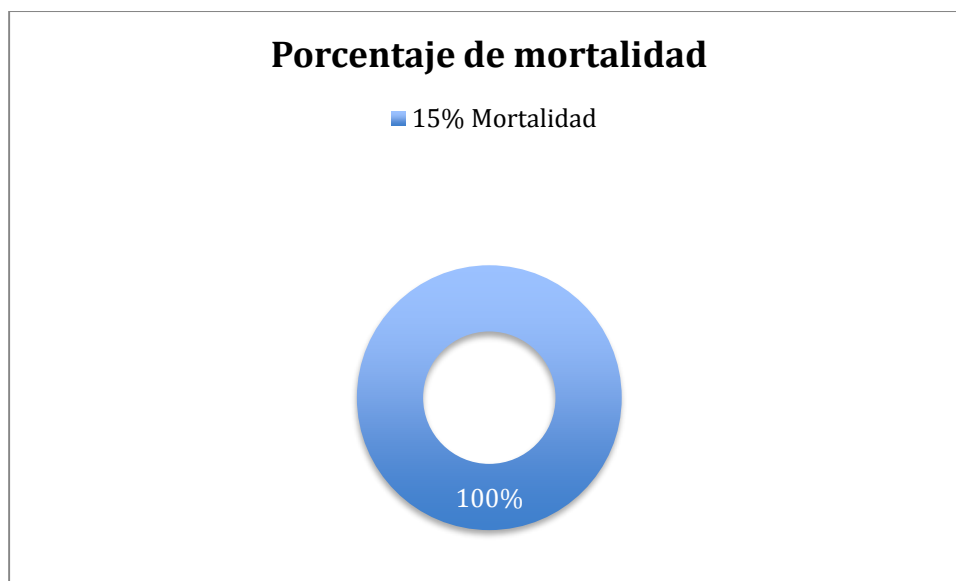


Figura 20 Porcentaje de mortalidad

El 100% de los productores afirma que la mortalidad es del 15% lo que indica un numero por encima del rango normal que es del 10% de acuerdo a informes de la cadena productiva.

6.4 Hallazgos encontrados

- Los pequeños productores de Cuy de la vereda Trojayaco, municipio de El Tambo, Nariño, al no implementar procesos de gestión empresarial, no están en la capacidad de aprovechar sus insumos disponibles en la producción de cuyes, razón por la cual muchos de estos se desperdician generando pérdidas para ellos.
- Es preocupante el porcentaje de mortalidad en su producción y aluden gran responsabilidad a la baja preparación técnica en la producción.
- El total de los productores manifiestan debilidad en comercialización ya que pierden gran parte de utilidad con intermediarios.

- El 100% de los productores objeto de la propuesta, consideran importante y necesarios la implementación de mecanismos de asociatividad, para el mejoramiento de la productividad y competitividad del sector, así como denotan interés e importancia en el desarrollo y programación de capacitaciones y/o talleres que permitan el mejoramiento en sus prácticas y técnicas de producción.

7. Marco Contextual

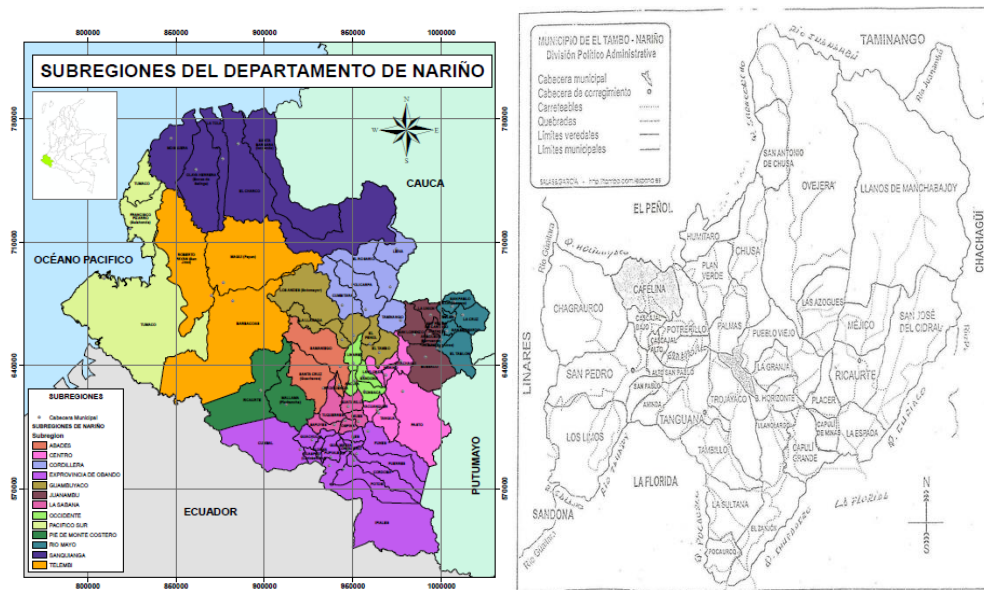


Figura 21 Localización

Fuente: Plan de Desarrollo Departamental “Nariño Mejor” 2012 – 2015

El municipio de El Tambo es uno de los 64 municipios de los cuales está conformado el Departamento de Nariño. Se encuentra ubicado en la parte noroccidental del departamento de Nariño, según las coordenadas a 1° 24” de latitud norte y a 77° 27” de latitud oeste del meridiano de Greenwich. Dista de la capital del departamento de Nariño a 42 kilómetros.

Limita al norte con los municipios de El Peñol y Taminango, al sur con los municipios de La Florida y Sandoná, al oriente con los municipios de Chachagüí y la Florida y al occidente con el municipio de Linares.

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY³⁶

El Plan de Desarrollo Departamental “Nariño Mejor 2012 – 2015, agrupa al departamento en 13 subregiones. El municipio de El Tambo se encuentra ubicado en la Subregión del Guambuyaco.

La vereda de Trojayaco limita con Tanguana, Tambillo, Llano grande, Bello horizonte, Las Palmas, se encuentra habitada por 287 personas dividida en 81 núcleos familiares, sus tierras son de tipo ondulado y montañoso con menor proporción de llanuras, fincas ganaderas en su mayoría de propiedad de hacendados como los Hidalgo, Arteaga Dorado y Melo que se dedican especialmente a la ganadería, el cultivo de frijol y el fique, con suelos de consistencia polvorina y con elevada acidez y muy pocos nutrientes, la propiedad familiar es limitada más o menos una hectárea por familia en la cual se sustentan actividades agrícolas y pecuarias dentro de las cuales se encuentran las huertas caseras y los pastos de corte, una vivienda humilde y su respectivo galpón de cuyes, actividades que se realizan especialmente por las mujeres y los hombres que salen a trabajar.

Entre sus actividades productivas una muy importante es la crianza del cuy, esta actividad se ha ido consolidando con el tiempo en nuestro departamento de Nariño. Además que es una actividad que contribuye a la conservación de los ecosistemas, puesto que no afecta el deterioro de los suelos, en la medida que las áreas utilizadas para la crianza de cuyes es pequeña con relación a otras especies de mayor tamaño, de igual manera, el riesgo de la inversión es menor, puesto que se requiere menor capital y su impacto ecológico y ambiental es más sostenible porque los requerimientos y su manejo es en confinamiento lo cual disminuye el daño y realizando un manejo de praderas con abonos verdes, fertilizantes orgánicos y de cuyinasas en compostación, se aprovecharían más otros recursos,

disminuyendo el impacto ambiental generando condiciones de bienestar a la población en general.

Los municipios de El Tambo y Pasto se encargan de la producción destinada al abastecimiento de los restaurantes y asaderos de toda la región y su comercialización se lleva a cabo a través de grupos organizados como asociaciones y cooperativas.

8. Marco Legal

En Colombia la política pública que enmarca el desarrollo de este proyecto está contemplada en la resolución 267 del 17 de Junio del 2014, el cual tiene por objeto contribuir a la reducción de la pobreza rural, mejorar la calidad de vida y los ingresos de los pequeños y medianos productores rurales y ampliar la clase medio rural, a través del impulso de proyectos integrales de producción, transformación y comercialización.

De igual manera, en el plan nacional de desarrollo en la política de crecimiento sostenible y competitividad (Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014).

Articulación al plan de Desarrollo del Departamento de Nariño. “Plan De Desarrollo Departamental 2012-2015 Nariño Mejor”. uno de sus ejes estratégicos es “Nariño Productivo y Competitivo” en donde su mirada estratégica es mejorar las condiciones de vida de los y las nariñenses implica adoptar un conjunto de políticas, estrategias y medidas que dinamicen la capacidad productiva de cada una de las subregiones del Departamento y posibiliten aprovechar, de manera más eficiente el inmenso potencial que posee Nariño, especialmente en los campos agropecuario, pesquero, agroindustrial, turístico, energético, biotecnológico y cultural.

En su Programa No.2 “Desarrollo Productivo” la estrategia describe la búsqueda de mayores niveles de productividad y de ingresos no son el fin sino el medio que hace posible el mejoramiento de la calidad de vida de la población, de ahí que un elemento fundamental de la política pública en materia de desarrollo productivo del Departamento, será la soberanía y seguridad alimentaria, que implica el reconocimiento del derecho al acceso físico y económico de los productos que garanticen una adecuada alimentación de los ciudadanos.

Esta propuesta se enmarca en la ley 1152 de 2007 sobre el estatuto de desarrollo rural en Colombia busca promover lineamientos de la política para hacer acciones orientadas a lograr un desarrollo humano sostenible y el bienestar del sector rural en condiciones de equidad, competitividad y sostenibilidad, en cumplimiento de los artículos 64, 65, y 66 de la Constitución Política.

9. Marco Conceptual

Es fundamental conocer e identificar los conceptos técnicos de la actividad cuyicula utilizados en dirigir las estrategias de esta propuesta planteada, por lo tanto se propone dar claridad sobre aquellos conceptos y por supuesto en el tema del asociatividad y competitividad, a fin de lograr un desarrollo preciso y un entendimiento por parte de los grupos de interés:

Agricultura Familiar: El concepto de Agricultura Familiar (AF) corresponde a la “producción agrícola predial por cuenta propia de pequeña escala”. En la actualidad, existe un amplio acuerdo acerca de la importancia que reviste la agricultura familiar en la seguridad

alimentaria, generación de empleo agrícola, mitigación de la pobreza, conservación de la biodiversidad y tradiciones culturales.

Análisis administrativo. Hace referencia a las formas de organización que va a adoptar el negocio es decir su jerarquización y las actividades de cada una de las áreas que compone la empresa.

Análisis de factibilidad económico. Aquellos cálculos de costos e ingresos esperados, rendimientos entre otros para establecer si económicamente el proyecto es viable.

Análisis de riesgo. Es la evaluación de riesgo donde se presentan todos aquellos tipos de problemas a los que se pueden ver enfrentados los negocios y a la vez, los programas de contingencia.

Análisis técnico. Identificación de las necesidades que se tienen acerca de los procesos de producción que permita a la empresa fabricar productos u ofrecer servicios donde se incluyen las materias primas, talento humano, maquinaria y el equipo que ha de estar bajo su dirección así como su infraestructura.

Cuy. Roedor nativo de América del Sur (Perú, Colombia, Venezuela), es una especie oriunda de los Andes y que ya era criado desde hace más de 500 años. También es conocido como

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁴⁰

cobayo, curí, conejillo de indias y en países de habla inglesa como “guinea pig”. Se cría fundamentalmente para aprovechar su carne.

Asociatividad. Es un esquema de cooperación entre diversas personas o grupos de personas que persiguen un objetivo común, para lo cual establecen relaciones y/o articulaciones basadas en decisiones voluntarias y esfuerzos conjuntos, que posibilitan solucionar sus necesidades mutuas, contando para ello con ventajas derivadas de la planeación a largo plazo y de una visión estratégica.

Producción. Parte de la conversión o transformación de uno o más bienes en otros diferentes.

Comercialización. Considera el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Competitividad. Es la capacidad de generar riqueza en una economía a través de la productividad por tanto la Competitividad es un concepto comparativo fundamentado en la capacidad dinámica que tiene una cadena de producción localizada espacialmente, para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero a través de la producción, distribución y venta de bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma solicitados, buscando como fin último el beneficio de la sociedad.

Consumidor. Personas que compran bienes o servicios para su propio uso personal o el de su hogar, con el fin de satisfacer necesidades estrictamente no lucrativas.

Emprendimiento. Se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que

iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

Marketing Mix. Estrategias de mercadeo basadas en producto, precio, plaza o distribución y promoción necesarias para el desarrollo del proyecto de emprendimiento.

Plan de negocio. Bosquejo integral de una idea de negocio, donde se especifica de forma clara el plan de emprendimiento a seguir.

Productividad. Puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y los empleados.

Proveedores. Personas o empresas que suministran los bienes o servicios que una organización necesita para producir lo que vende.

Ventaja competitiva. Condición favorable que obtienen las empresas al realizar actividades de manera más eficaz que sus competidores lo que se refleja en un costo inferior; o realizarlas de una forma distintiva que les permite crear un mayor valor para los compradores y obtener un sobreprecio. Entre otras cosas gozar de esta ventaja, en otras palabras gozar de una ventaja competitiva es permanecer en un nivel más alto que el de la competencia directa o indirecta generando para la compañía y para sus clientes un valor adicional que el esperado habitualmente.

10. Estudio de mercado

10.1 Descripción del producto

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁴²

El producto en el presente proyecto es el cuy criollo mejorado (*Cavia porcellus*) en pie, que será comercializado en los mercados locales y regionales del Departamento. Las características del peso para su comercialización son de 1200 gramos a 1400 gramos.

El producto es de excelente contextura física como: cuerpo redondeado, cuello compacto y con buenas masas musculares; sin golpes o lesiones en su cuerpo; de pelo liso corto tipo 1 y de pelo lacio y corto tipo 2. Un cuy en pie de estas características, puede obtenerse un peso de carcasa (pelado y eviscerado) de 700gramos en promedio.

Con estos atributos se logrará que el producto a su vez cuente con excelentes características organolépticas puesto que el cuy a ofrecer el cultivado de manera natural y orgánica, su principal fuente de alimento es el pasto natural y el control de enfermedades se lo realiza con plantas naturales lo que permite obtener un producto orgánico al 100%, además, la buena presentación en cuanto a tamaño y peso del producto final, serán una ventaja competitiva en cuanto a calidad del producto.

El cuy criollo mejorado productor de carne, es un mamífero perteneciente a la familia Cavidae y especie *Cavia porcellus*, tiene una vida productiva de 12 meses, tanto para la hembra como para el macho. El cuy listo para el sacrificio y consumo alcanza un pesos de 1200 a 1500 gramos en una edad de 3 a 4 meses, esto permite obtener una carne suave y agradable, al igual que mayor productividad e ingresos para las familias dedicadas a la explotación cuyicola.

10.2 Características nutritivas de la carne de cuy

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁴³

La carne de cuy es utilizada en la alimentación como fuente importante de proteína de origen animal; muy superior a otras especies, bajo contenido de grasas: colesterol triglicéridos, alta presencia de ácidos grasos linoleico y linolenico, esenciales para el ser humano, y su presencia en otras carnes son bajas o casi inexistentes. Así mismo es una carne de alta digestibilidad.

Tabla 2 Cuadro comparativo de valor nutricional (cuy frente a otras especies)

Especie	Proteína	Grasa	Minerales
Cuy	20.3	1.8	0.8
Pollo	18.3	9.3	1.0
Vacuno	17.5	21.8	1.0
Oveja	16.4	31.1	1.0
Cerdo	14.5	37.3	0.7

Fuente: www.agroamazonas.gob.pe

La carne de cuy de acuerdo a su composición fisicoquímica es una importante fuente de proteínas, muy superior a la carne de otros animales. Otra característica que se resalta es que es un alimento altamente digestible, posee cero colesterol, bajos porcentajes de grasa y posee sustancias esenciales para el ser humano entre las que podemos destacar el ácido Araquidonico (AA) y el Ácido graso Ácido graso ARAQUIDONICO(AA) y Ácido graso DOCOSAHEXAENOICO(DHA) no existe en otras carnes, estas sustancias son importantes para el desarrollo de NEURONAS (especialmente cerebrales), membranas celulares (protección contra agentes externos) y forman el cuerpo de los espermatozoides.

Tabla 3 Características nutritivas del cuy (promedio)

Animal	Humedad (%)	Proteína (%)	Grasa (%)	Carbohidrato (%)	Minerales (%)
Cuy	70,6	20,3	7,8	0,5	0,8

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁴⁴

Fuente: Castillo t. Guillermo. Universidad de Guayaquil. Ecuador. Tesis. Producción de cuyes en los cantones de la provincia del Chimborazo para su comercialización y exportación.2009

Además la carne de cuy posee valores nutricionales más significativas en comparación con las carnes de otras especies animales domesticas por su alto contenido de proteína entre el 18 y 21% y los valores de grasa oscilan entre el 7 y 8% que son menores en comparación con las otras carnes.

Como se puede apreciar en la tabla, el valor nutricional de la carne de cuy está por encima del valor nutricional de otras carnes, lo que indica que el consumo de esta carne, le aporta al organismo humano cantidades de proteínas y minerales con un mínimo de consumo de grasa que la carne de res, de ovino y de cerdo.

Tabla 4 Composición de la carne del cuy con Relación a otras especies.

Especie animal	Humedad%	Proteína%	Grasa%	Minerales %
Cuy	70.6	20.3	7.8	0.8
Ave	70.2	18.3	9.3	1.0
Bovino	58.0	17.5	21.8	1.0
Ovino	50.6	16.4	31.1	1.0
Porcino	46.8	14.5	37.3	0.7

Fuente: CASTRO Hever Patricio. Sistemas de Crianza de Cuyes a nivel Familiar-Comercial en el Sector Rural., Artículo de Internet

10.3 Usos del producto

El principal uso del cuy es el consumo de su carne para la alimentación humana en diferentes platos típicos. Su consumo se hace en las presentaciones de cuy asado, cuy frito y cuy cocido.

Otro uso importante del cuy es como pie de cría para la venta a los pequeños productores.

10.4 Análisis del sector

En Colombia según la Encuesta Nacional Agropecuaria 2009 la población cuyícola nacional se estimó en un inventario de 1.250.523 cuyes, de los cuales la mayor producción se encuentra en el Departamento de Nariño con el 89,64%, el porcentaje restante se encuentra distribuido en menores porcentajes en Otros departamentos, Cauca, Huila y Boyacá como se muestra en el siguiente gráfico:

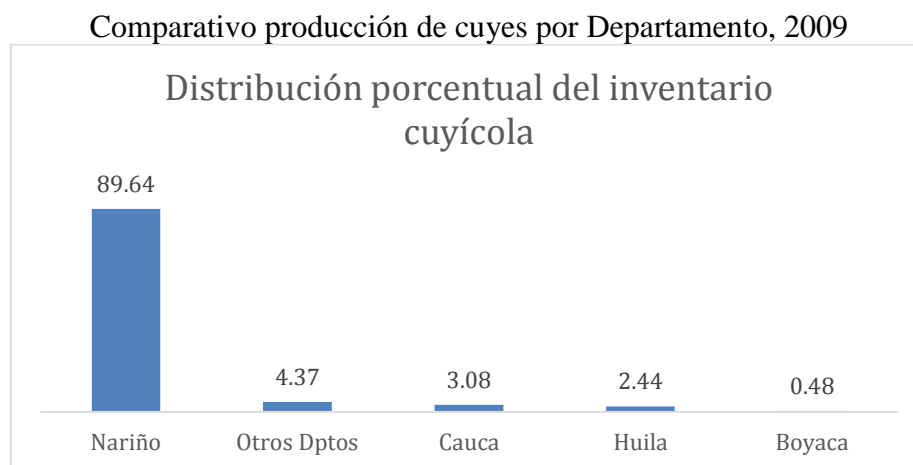


Figura 22 Distribución porcentual del inventario cuyícola – Encuesta Nacional Agropecuaria, 2009 CCI-MADR

10.5. La producción de cuy en el departamento de Nariño

Con base en datos ofrecidos por el Consolidado agropecuario para los años 2012 y 2013, la tabla No.7 se visualiza el volumen de producción del Cuy por subregiones del Departamento de Nariño.

Tabla 5 Producción histórica del cuy años 2012 a 2013

Producción de cuy en las subregiones departamento de Nariño

Subregión	Municipios	2012	2013
Piedemonte costero	Ricaurte	2.000	2.000
	Mallama	7.200	1.430
Ex provincia de Obando	Ipiales	50.000	60.000
	Contadero	34.000	40.000
	Potosí	3.200	37.000
	Córdoba	35.000	40.000
	Pupiales	76.988	40.000
	Cuaspúd	9.230	2.520
	Cumbal	60.000	40.000
	Guachucal	11.500	24.480
	Aldana	7.200	3.000
	Funes	4.000	4.500
	Iles	25.461	28.350
	Gualmatan	75.000	75.000
	Puerres	35.000	25.000
	Sabana	Tuquerres	34.000
Imués		8.000	11.000
Sapuyes		12.000	12.000
Guaitarilla		7.000	72.000
Ospina,		4.000	5.000
Abades	Providencia	7.000	8.000
	Santa cruz de Guachaves	18.000	10.000
	Samaniego	40.000	45.000
Occidente	Linares	2.000	5.000
	Sandoná	35.000	35.000
	Consacá	10.000	10.000

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁴⁷

	Ancuya	32.000	32.000
	Cumbitara	30.000	5.000
	Policarpa	12.000	12.000
	Taminango	13.500	2.000
	El Rosario	3.500	300
Cordillera	Leiva	2.000	2.000
	Nariño	9.540	6.500
	Pasto	1.416.765	1.416.765
	Chachagui	16.000	20.000
	la florida	20.000	20.000
	Yaquanquer	15.000	45.000
Centro	Tangua	80	12.000
	San Lorenzo	36.000	8.000
	Buesaco	21.000	23.000
	Arboleda	5.000	5.000
	San Pedro de Cartago	2.500	1.200
Juanambu	La Unión	28.000	28.000
	La Cruz	35.000	46.000
	San Bernardo	10.250	12.000
	El Tablón	8.000	10.000
	Colón	15.000	15.000
	Belén	4.400	4.400
	Albán	1.500	1.600
Rio Mayo	San Pablo	20.000	14.400
	El Tambo	110.000	250.000
	La Llanada	1.168	800
	El Peñol	5.250	22.500
Guambuyaco	Los Andes	7.500	7.500
Pacífico Sur	Tumaco	150	150
	Total	2.495.894	2.747.668

Fuente: Este Estudio. Datos tomados del Consolidado Agropecuario.

Las cifras mostradas anteriormente nos muestran la gran importancia que esta especie menor tiene dentro de la economía de las familias del Departamento, puesto que se ha convertido en una actividad económica que solventa las necesidades de alimentarias y también constituye una fuente de ingresos adicionales, que además contribuye a la inclusión de la mujer al trabajo y al aporte de recursos económicos para el sostenimiento de las familias.

En la actualidad no existen datos estadísticos consolidados sobre el consumo de carne de cuy a nivel nacional que permita evaluar el grado de evolución de este sector. Sin embargo se toma la información de las tendencias del consumo de carne de res, pollo y cerdo para hacer una relación con el consumo de carnes en el País, puesto que la carne del cuy puede considerarse perteneciente a esta línea. Para ello, relacionamos la tabla siguiente que comprende el consumo per cápita de las principales carnes vendidas en el país a partir del año 2004.

Tabla 6 Consumo per cápita anual de las carnes de res, pollo y cerdo en Colombia periodo 2004-2013 (kg/hab/año)

Fecha	Carne de res (kg/hab)	Carne de pollo (kg/hab)	Carne de cerdo (kg/hab)
2004	18,82	16,7	3,3
2005	18,67	18,3	3,3
2006	18,88	20,1	3,7
2007	17,81	21,6	4,3
2008	17,38	23,3	4,3
2009	17,67	22,7	4,2
2010	18,94	23,4	4,8
2011	20,01	23,8	5,2
2012	20,76	23,7	6,04
2013	20	27,1	6,75

Fuente: Fedegán FNG, Fenavi y Porcicol

Evolución Del Consumo Per cápita De Carne De Res Pollo Y Cerdo 2004 A 2013

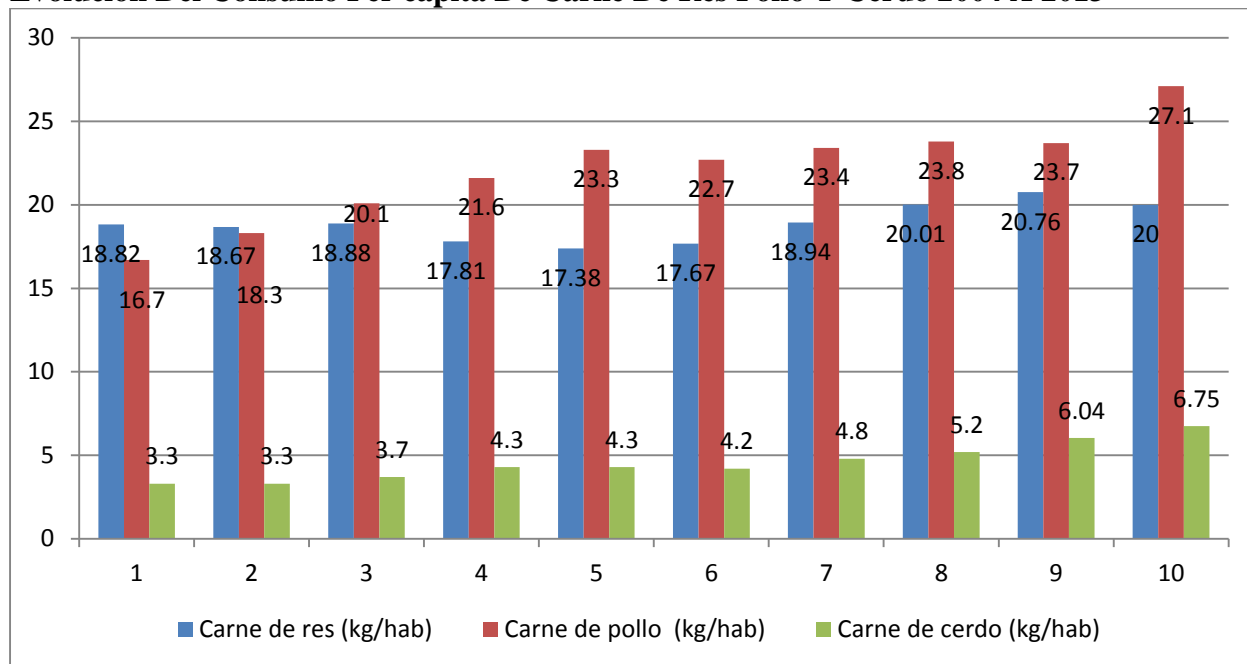


Figura 23 Evolución Del Consumo Per cápita De Carne De Res Pollo Y Cerdo 2004 A 2013

Como podemos ver, el consumo de carne en el País presenta una tendencia creciente, siendo la carne de pollo la de mayor consumo seguido por la carne de res y en menor proporción la carne de cerdo.

El consumo de carne por habitante al año va en crecimiento a partir del año 2004, por lo tanto la carne es un alimento fundamental en la nutrición de las familias. De tal forma que para el presente proyecto de obtención de carne de cuy para su comercialización es una gran oportunidad para el mercado.

10.6. Análisis de la demanda

10.6.1 Análisis de la demanda Histórica del Cuy en Nariño

En Nariño, el cuy se viene comercializando principalmente en pie, mediante un sistema de intermediación, donde el intermediario se traslada directamente a los sitios de

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁵⁰

producción de los sectores rurales y compran los cuyes al precio que ellos determinan, de acuerdo a su conveniencia.

Otro medio utilizado para la adquisición del producto, son las plazas de mercado, siendo el intermediario quien determina el precio, con la diferencia de que su comercialización se realiza bajo el sistema de competencia con otros comerciantes.

En estudios realizados por la Universidad de Nariño, en particular por la Facultad de Ciencias Pecuarias, se encuentra descripciones generales sobre el problema de comercialización del cuy en Nariño. Esto dificulta el análisis histórico de la demanda, no existe investigaciones sobre producción y comercialización de cuy que permitan mirar estadísticamente la evolución de la demanda interna en Nariño. Arturo N. sostiene al respecto “El tema del mercado del cuy en los diferentes países productores, aún se encuentra como la carne más costosa en relación a la de otras especies domésticas, con una oferta que no supe adecuadamente en cantidad, las necesidades de consumo interno, como cuy tipo carne y como pie de cría.

De otra manera se puede apreciar que dentro de los sistemas identificados para la comercialización de cuy, se encuentran los asaderos y plazas de mercado ubicados en las principales ciudades del departamento como Pasto, Ipiales y Túquerres. En otros Municipios, la comercialización del cuy se realiza en la cabecera municipal. Estas poblaciones muestran una buena dinámica en épocas de fiestas religiosas o tradicionales y se destacan municipios como Pupiales, San Pablo, La Unión y Cumbal.

Según los estudios realizados al respecto, en estos municipios existe una demanda insatisfecha, se dice al respecto: “La demanda de estos últimos se calcula en 100 animales

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁵¹

por semana para un total de 5.600 cuyes/año.

Estudios realizados sobre la producción y consumo del cuy en Nariño, muestran resultados obtenidos de información sobre los animales sacrificados y consumidos en las diferentes épocas y lugares del departamento, tomando como peso promedio 1.2Kg por animal.

Tabla 7 Consumo de cuy en Épocas y lugares del Departamento de Nariño

Descripción del Consumo	Animales Sacrificados (año)	Peso Promedio (kg)	Peso Total (Kg)
Consumo casero	324.000	1.2	388.800
Consumo en asaderos	280.000	1.2	336.000
Fiestas Tradicionales	170.000	1.2	204.000
Total	774.000		928.800

Fuente: Estudio de Mercado del Cuy, año 2006. Centro Multisectorial Ipiales, SENA Nariño.

Como se pudo verificar en la ciudad de Pasto, el mercado de carne de cuy presenta épocas de mayor demanda y otras donde la demanda se reduce. Lo anterior se debe a que en los meses de enero, mayo, junio, septiembre y diciembre se da mayor afluencia de consumidores por presentarse épocas de festividades tradicionales, donde la demanda aumenta en los asaderos de cuyes. Sin embargo, en otras épocas del año, la demanda se reduce, aunque el precio del típico cuy asado no presenta variación en el precio.

Los centros especializados en venta de carne de cuy preparada en nuestro medio, demandan un cuy que cumple con las siguientes características de calidad: la conformación consta de un cuerpo redondeado, cuello compacto y con buenas masas musculares, cabeza corta y hocico achatado, sin golpes o lesiones en su cuerpo. El peso del cuy listo para

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁵²

sacrificio debe pesar entre los 1.200 a 1.400 gramos en una edad de 3 a 4 meses. Cuando se habla de cuyes no se puede referir a razas debido a la diversidad de cruces que han tenidos estos animales desde hace muchos años de manera

De acuerdo a investigación realizada por ASINDETEC se dice que el comportamiento de la demanda en todo el año presenta tres picos en 3 temporadas, en los meses de diciembre - enero, mayo- junio y septiembre- octubre donde se desarrollan en el Departamento Fiestas carnavales y festejos culturales y religiosos.

De acuerdo a estudios desarrollados por la agencia de desarrollo Local de Nariño se dice que los productores semi-tecnificados de éste municipio producían para la época 196.886 cuyes/año, de los cuales 118.133 eran para consumo, 39.377 se destinan para pío de cría, se reservan 19.688 para renovación de galpones y 19.688 se destinan para autoconsumo. El “*Carnaval del cuy*”, evento institucionalizado en la ciudad de Pasto desde el año 2004, donde cada 7 de enero se venden en promedio 7.000 animales, valorados en \$22.000 cada uno, generaron para el año 2010 en un solo día una negociación de \$154.000.000. Sin embargo, es de aclarar que el precio del cuy, varía de municipio a municipio, dependiendo de la demanda y la época del año en que se comercialice.

A nivel departamental, Según estudios realizados por la comisión regional de competitividad de Nariño, se estima que el mercado del cuy se realiza tanto para asaderos y como para restaurantes, lo mismo que para pío de cría. “*para el análisis de las ventas y los ingresos, se ha determinado que el 70% de la producción está dada por el consumo del cuy preparado y el 30% para la comercialización de pío de cría (...) constituyéndose así como las dos formas de distribución de cuy en Nariño*”. La comercialización por parte de los

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁵³

pequeños productores, se realiza sin ninguna normalización y su venta es de manera directa de los productores a los asaderos o consumidores en razón a que se carece de una industria que transforme los cuyes en productos de mayor vida útil y mayor valor agregado.

Según Arturo Obando la demanda del cuy, especialmente en Pasto, va en aumento como lo demuestra el incremento de restaurantes que lo sirven asado, antes solo en Catambuco, ahora también en la zona urbana de Pasto y en otros corregimientos como Cabrera y Genoy y el encano que atraen la visita de habitantes de la ciudad los fines de semana, deseosos de gastronomía típica y aire más puro.

Con una demanda en aumento, y condiciones de oferta constreñidas por una cultura de pan coger, de criar solo para el consumo familiar, es difícil intentar satisfacer la creciente demanda. Todavía se cría cuyes acudiendo a viejas y tradicionales prácticas, en malas condiciones, con los animalitos expuestos a la humedad, a la enfermedad debido a un inadecuado manejo de los residuos orgánicos y, el pie de cría, no tiene una clara trazabilidad puesto que la costumbre para cruzar es comprar el Cari (Cuy macho) entre vecinos y amigos, esperando lograr mejorar los resultados.

En una rueda de negocios desarrollada el 1 de mayo de 2013 la secretaria de agricultura de Pasto informó que en el Carnaval del cuy, el 7 de enero, se vendieron en un solo día alrededor de 11.000 cuyes, como una muestra mostrando de la demanda, que en días especiales llega a tener.

Por su parte los representantes de los principales asaderos afirmaron en la rueda, que en diciembre y enero siempre se presenta un considerable incremento de la demanda y un déficit

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁵⁴

en la oferta, lo cual los obliga a tener sus propios criaderos o a buscarlos en los corregimientos de Pasto y municipios de El Peñol y El Tambo.

Los cuyes, que se compran vivos, deben tener buenas condiciones de salud, un peso entre los 1200 y 1400 gramos. Quienes los compran directamente en la finca los pagan de contado a \$13.000 o \$14.000 sin importar que pese más de 1200 gramos, todos se pagan al mismo precio. Quienes los compran puestos en el asadero los pagan a \$15.000 después de ocho días.

Los asaderos solo compran cuyes machos criados con hierba, la cual les un sabor especial, diferente a los criados con concentrado. Las hembras, que tienen menos carne, en caso de ser sacrificadas se utilizan, en el Fogón campestre, para sus ya famosas hamburguesas de cuy.

En el Municipio de Pasto existen 13 Asaderos Registrados en Cámara de Comercio que corresponden a los siguientes nombres:

En el municipio de Pasto hay 13 asaderos de cuyes registrados en Cámara de comercio:

- Tipicuy
- Tulpacinga
- Ramón Tragón
- Fogón campestre
- Señor cuy y doña gallina
- Catambuy
- Cuyquer

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁵⁵

- Asadero de cuyes Pinzón
- La casita del cuy
- Cuyes de la 40
- Asadero Inca cuy
- Mister cuy el original
- Asadero la tulpa del cuy

Cada asadero necesita entre 50 y 100 cuyes semanales en época de baja demanda, meses de febrero y marzo.

Los meses de mayor demanda son diez los cuales coinciden con fechas especiales. En estos meses un solo asadero puede requerir unos 300 cuyes semanales en temporada de alto consumo (Unos 43 cuyes diarios).

10.7 Segmentación del Mercado

El mayor consumo de la carne de cuy en Colombia se encuentra en el Departamento de Nariño ya que por ser un alimento tradicional y ancestral que tiene un gran significado cultural en festejos y celebraciones de carácter social o religioso en ciertas épocas del año.

Sin embargo en la actualidad con la existencia de asaderos y restaurantes y sitios turísticos en los diferentes municipios de Nariño y principalmente en las ciudades de Ipiales, Pasto y Túquerres que lo ofrecen con mayor facilidad para el consumo inmediato en la presentación de cuy asado, este producto ha incrementado su demanda considerablemente.

Por otra parte, la demanda del cuy ha estado en crecimiento también en otros Departamentos de Colombia donde habitan Nariñenses que han dado a conocer este producto nutritivo y que a través de la identidad cultural del Nariñense o Pastuso, se ha invitado a degustar de este plato típico en los departamentos de Cauca, Valle del Cauca, Bogotá, Huila, Boyacá y Putumayo.

10.8 Usuarios Finales del Producto

En el proyecto se sustenta la propuesta de producción y comercialización del cuy de manera directa entre los productores y los asaderos de cuyes, los centros turísticos que ofrecen platos típicos y las empresas comercializadoras de la carne de cuy, mediante el desarrollo de negociaciones entre estos dos actores de la cadena productor – asadero de tal manera que se lleguen a mejores negociaciones en cuanto a especificaciones técnicas o requerimientos de calidad en peso, y aspectos de contextura física y salud animal del cuy. Esto permitirá ofrecer un producto de excelente calidad para que el consumidor final del producto, cuenten con excelentes características organolépticas y buena presentación en cuanto a tamaño y peso del producto final.

Otro nicho de mercado que se pretende acceder con el proyecto es la venta de pies de cría a los pequeños productores. Puesto que el proyecto pretende el mejoramiento productivo del cuy a través de la crianza de cuyes mejorados que presenten mayor resistencia a enfermedades, mayor ganancia de peso en menos tiempo. De tal manera que en este proyecto las familias beneficiarias tendrán la capacidad para vender pies de cría mejorados a los pequeños productores de la zona rural. De acuerdo a estudios desarrollados por la comisión

Regional de Competitividad de Nariño se estima que “*el 30% para la comercialización de píce de cría (...)*”

11. Esquema Temático (Diseño de la Propuesta)

La propuesta de mejoramiento de la producción y comercialización del Cuy como alternativa para la agricultura familiar en la vereda Trojayaco municipio del El Tambo, Nariño se plantea desarrollar en forma participativa con la interacción de los diferentes actores de los eslabones de la cadena productiva, ya que es importante fortalecer la sinergia entre ellos y encaminar esfuerzos bajo la perspectiva de generar beneficios conjuntos.

- *Etapas de Diagnostico, Levantamiento de línea de base y lanzamiento de la propuesta*
- *Formulación acciones para el mejoramiento de la producción*
- *Formulación acciones para el mejoramiento de la comercialización*
- *Estrategias que permita la organización socio – empresarial para el mejoramiento de la comercialización*

11.1 Etapa de Diagnostico, Levantamiento de línea de base y lanzamiento de la propuesta

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁵⁸

Para el Diagnóstico y levantamiento de línea base se propone la aplicación de una encuesta a los campesinos dedicados a la actividad cuyícola, a fin de construir indicadores de situación actual y de esta manera poder formular metas e impactos esperados.

También se propone realizar un evento de lanzamiento para socializar el contenido y alcance de la propuesta, así como el cronograma de actividades, y los resultados esperados.

11.2. Formulación acciones para el mejoramiento de la producción

Se propone un sistema de producción de cuy adecuado y sostenible ambientalmente, se desarrollará en torno a tres aspectos fundamentales que son: **La asistencia técnica, establecimiento de la producción del cuy y la planificación de la producción**

La **asistencia técnica** integral estará enfocada en un primer momento en desarrollar un acercamiento y talleres participativos para conocer la realidad rural de los pequeños productores detectando en campo los problemas y limitantes que tiene la producción del cuy en los temas Manejo en su ciclo productivo y reproductivo, Nutrición, sanidad, cultivo de pastos y forrajes, y mantenimiento de instalaciones. Además se tendrá la asistencia técnica en el fortalecimiento de la asociatividad y la formación de los pequeños productores en administración agropecuaria, emprendimiento, mercadeo, manejo contable y financiero.

En un segundo momento es la conformación e implementación de la técnica “Escuela De Campo Para Agricultores –ECA”, como factor incidente en la economía local y regional, dinamizando la producción de cuy como una de las principales actividades del municipio, lo que permite un desarrollo económico a partir de la producción con tecnologías limpias y una

comercialización de precios justos para el Departamento. Se propone acciones de mejoramiento mediante la aplicación de técnicas y prácticas apropiadas de manejo técnico del cuy desde su reproducción hasta la comercialización.

Por último se realizará la sistematización de los resultados obtenidos en todo el proceso de desarrollo de la asistencia técnica integral en la propuesta y la presentación de los logros obtenidos.

Ruta de Realización de la Asistencia Técnica Integral en la propuesta

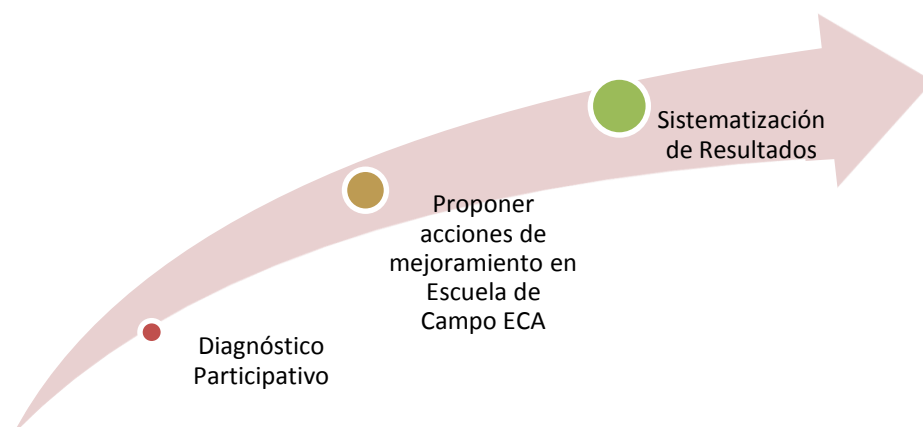


Figura 24 Ruta de Realización de la Asistencia Técnica Integral en la propuesta.
Fuente: Este estudio

Además, la asistencia técnica se propone en torno a la programación de actividades en todos los componentes priorizados en la propuesta con el acompañamiento de profesionales expertos en los diferentes áreas tales como: profesionales en ciencias agropecuarias, en Comercio, mercadeo, en ciencias sociales, económicas y administrativas. De tal manera que se concibe la asistencia técnica como un eje transversal que permite cualificar el grado de desarrollo de las actividades para que generen los resultados esperados.

Asistencia técnica integral



Figura 25 Asistencia técnica integral.
Fuente: Este estudio

Las actividades que se trabajaran en la asistencia Técnica Integral son:

Acompañamiento: Esta estrategia es de interrelación mutua de los aprendizajes de quienes desempeñan el papel pedagógico y los productores, es decir que el proceso parte de acompañar, a los procesos de desarrollo del proyecto de la mano con los beneficiarios de la propuesta. Por lo tanto una de las técnicas que mejor se utilizan para el sector agropecuario es el de la Escuela de Campo. En este orden de ideas para el desarrollo de la escuela de campo se contemplan 6 fases a saber:

Fase 1: Es el primer paso de la realización de la Escuela de Campo ECA, donde se hace un acercamiento con la comunidad y se da a conocer a los objetivos que se tienen y las técnicas que se desarrollaran en la escuela de campo además de la temática a tratar. En esta

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁶¹

primera fase se identifican a las personas que participaran activamente de la ECA y se establece el grado de compromiso para lograr buenos resultados.

Fase 2: Se realiza un diagnóstico rápido participativo para determinar las problemáticas y limitantes y también se plantean las posibles soluciones a través del diseño de una temática a desarrollar en las siguientes fases.

Fase 3: Se define y selecciona los experimentos de campo que se van a desarrollar y se organiza los grupos de trabajo.

Fase 4: En esta fase se propone desarrollar la temática mediante la metodología de **aprender – haciendo**, donde las y los participantes observan, recogen información, experimentan y ponen en práctica una combinación de actividades entre sus experiencias y las alternativas propuestas por el facilitador.

Fase 5: En esta fase se propone desarrollar la estructura para la conformación e implementación de la ECA tomando en cuenta las siguientes acciones:

- Planificación de las sesiones de capacitación por el facilitador.
- Desarrollo de las sesiones haciendo uso de herramientas técnicas y metodológicas de la ECA
- (Organización interna de la ECA, análisis del agro ecosistema, tema principal, prácticas de campo, otras seleccionadas por el personal facilitador).
- Establecimiento de parcelas (aprendizaje, tradicional y experimental).
- Dinámicas de fortalecimiento y desarrollo grupal (ciclo de aprendizaje de adultos).

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁶²

- Desarrollo de prueba final de conocimientos.

Fase 6: En esta fase se desarrolla la sistematización de los resultados obtenidos en todo el proceso de realización de la ECA y se desarrollan los instrumentos para que los participantes realicen el seguimiento a sus actividades productivas.

Para el **establecimiento de la Producción del cuy** se propone actividades que permitan mejorar las condiciones de la producción del cuy a través de la dotación de instalaciones técnicamente adecuadas para la crianza y producción de cuyes de forma adecuada, la siembra y cultivo de pastos y forrajes adecuados para la alimentación del cuy teniendo en cuenta las condiciones edafoclimáticas del municipio y el proceso de adaptabilidad de los pastos. Además de la entrega de pies de cría mejorados que tengan una buena adaptabilidad a las zonas, ciclos de producción cortos y buena resistencia a enfermedades. Además del apoyo de herramientas básicas, insumos agropecuarios para producción.

Para el establecimiento de la producción de cuy en las Unidades Agrícolas Familiares y teniendo en cuenta que las condiciones de tenencia de tierra en el municipio son de carácter minifundista, y se realizan en estas extensiones la producción de diversidad de cultivos para el consumo familiar y la crianza en pequeña escala de especies menores, el área de intervención para la el establecimiento de la producción será de una extensión aproximada de 15m².

Para el establecimiento de la producción de cuy se apertura con la concertación de los pequeños productores y la realización de la asistencia técnica de los técnicos agropecuarios.

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁶³

En primer lugar se debe hacer la entrega de material vegetal y semillas de Pastos y forrajes previa asistencia técnica, a las 50 Unidades Agropecuarias Familiares de la vereda Trojayaco, El Tambo, Nariño. La distribución de semillas que son comercialmente adquiridas en almacenes agropecuarios se entregará para la siembra de las mismas a cada pequeño productor. En los casos donde las semillas no sea posible adquirirlas en almacenes agropecuarios se incentivará en los mismos productores la propagación de plántulas y semillas que luego serán compradas, de esta manera se incentiva a las familias a la producción de semillas propias.

Posterior a la entrega de semillas se realizara la siembra y cultivo de las diferentes variedades de pastos y forrajes. Para la verificación de estas actividades se tendrá la supervisión de personal técnico agropecuario quien visitará a los productores y supervisara los avances en la preparación del terreno, siembra y cultivo de las semillas y plántulas.

Para la crianza de cuyes se propone la construcción de un galpón por cada beneficiario del proyecto de 3 m de frente por 4 m de fondo y de 2.10 de alto que alcanza a albergar hasta 100 cuyes aproximadamente. Dicha construcción se realizara con el acompañamiento del técnico agropecuario teniendo en cuenta los aspectos técnicos de orientación del Galpón y las especificaciones técnicas del diseño del galpón.

Para la selección del sitio donde se construirá el galpón se deberá tener en cuenta lo siguiente:

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁶⁴

Vías de comunicación: Para la explotación comercial del curí se requieren alimentos, pie de cría, camas, materiales etc., por lo tanto es necesario, contar con buenas vías de comunicación que faciliten su transporte. Es importante aclarar que en tramos largos se presenta deshidratación y en ocasiones la muerte de animales, produciéndose pérdidas para el productor.

Terreno: No todos los terrenos sirven para edificar un galpón para curíes; el ideal, es un terreno con buena permeabilidad y que permita que las aguas lluvias se infiltren o escurran fácilmente; la humedad y el frío no son condiciones buenas para la cría de cuyes.

El Clima: Los componentes del clima, como la temperatura, los vientos y el régimen de lluvias, no se pueden modificar, pero sí se deben tener en cuenta al construir el galpón, ya que dependiendo del clima tendrá un medio ambiente interno; este ambiente del galpón puede variar por las características de los materiales que se utilicen, la orientación y el manejo de los cuyes.

En el municipio donde se desarrollara la propuesta, se presentan los climas frío que se caracteriza por tener temperaturas que oscilan entre 12°C y 17°C., y alturas sobre el nivel del mar de 2.000 a 3.000 metros y el clima medio entre 17,5°C y 24°C, y alturas entre los 1000 y 2000 metros sobre el nivel del mar.

Los Vientos Y La Orientación: En un galpón se produce continuamente anhídrido carbónico y amoníaco; gases estos, resultantes de la respiración el primero y de las deyecciones el segundo. Los vientos suaves y moderados nos ayudan a sacar estos gases del

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁶⁵

galpón y a mantener una temperatura entre los 15 y 18° C y una humedad relativa cercana al 60%, parámetros ideales para la cría del cuy.

De esta manera, el galpón deberá orientarse para que los vientos fuertes den sobre las culatas del galpón. En el caso de que las fachadas laterales deban orientarse de oriente a occidente y de esa dirección provengan los vientos, conviene entonces, sembrar barreras rompe vientos que disminuyan su velocidad.

Después de tener priorizado el sitio para la instalación del galpón se construirá de acuerdo al diseño propuesto. Una vez se tengan las instalaciones construidas se realizara la dotación de pie de cría mejorado de cuyes previa capacitación y asistencia técnica sobre el manejo técnico del cuy en su ciclo productivo, nutrición y sanidad.

La planificación de la producción de cuyes se realiza con el fin de garantizar una producción homogénea, para esto se desarrollara un plan de producción y costos de tal manera que se programe la producción de los cuyes con estándares de calidad adecuados y de acuerdo a la exigencia de la demanda. También se realizaran los registros necesarios para llevar un control de la producción. Se realizara la programación de la producción de tal manera que los partos ocurran de forma escalonada y así se tenga una salida de animales permanente cada semana.

Producción: El destete de los animales se va a realizar después del día catorce ya que una vez pasado este período los niveles de nutrientes en la leche de la madre decrecen así que es conveniente pasarlos a la fase de recria en la cual ya van a estar listos para consumir totalmente una dieta a base de forrajes u otras fuentes alimenticias.

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁶⁶

Una vez los animales que son destetados, son separados en grupos de hembras y machos y llevados al galpón de recría en el cual van a permanecer hasta que alcancen pesos entre 1200 y 1400 gr. más o menos a los tres meses de vida, sin embargo si se hacen los manejos necesarios, y se van encontrando combinaciones nutricionales óptimas, con el tiempo este período se puede acortar.

Selección: A la par de la cría de los animales para consumo, se debe tener un plan de selección con el objetivo de renovar el plantel reproductivo ya que no todos los individuos seleccionados van a ser traídos de explotaciones de la zona por cuestiones de rentabilidad.

Para la selección de los reemplazos se van a tener en cuenta los siguientes parámetros: animales que vengan de camadas numerosas, hijos de padres precoces y fértiles; además los animales que cumplan con estos requisitos deben tener temperamento, con esto se quiere decir que sean animales inquietos, nerviosos y vivaces.

Registro: Para llevar un control de los animales y a la vez establecer un sistema de cruzamientos adecuado se realizaran los respectivos registros de cada animal que se encuentra en el galpón.

La planificación de la producción estará orientada al comportamiento de la demanda del cuy en los mercados locales y regionales del Departamento, y a las temporadas de mayor consumo de este producto. Logrando estabilizar la producción y concentrar una producción adecuada de acuerdo a las temporadas de mayor demanda que se presentan en los meses de Diciembre- Enero; Mayo-Junio; y Septiembre-Octubre.

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁶⁷

Para planear el área a sembrar se realizan los siguientes cálculos:

Consumo de pies de cría: 450 gramos diarios

Consumo de animales de levante: 400 gramos diarios

Hay animales en etapa temprana de destete que no consumen los 400gr., por lo tanto no se van a asumir los 450 gr. del pie de cría y se va a tomar el consumo general como de 400 gr.

$400 \times 1154 = 461.600$ gr. (que es el consumo de la producción en un día)

$461.600 \times 365 = 168.484.000$ gr. / 1000 = 168.484 Kilos (consumo anual)

Tabla 8 Planificación Técnica De Producción De Cuyes Con Dos Núcleos (6 Hembras 1 Macho)

<i>Planificación técnica</i>	<i>Mes 0</i>	<i>Mes 1</i>	<i>Mes 2</i>	<i>Mes 3</i>	<i>Mes 4</i>	<i>Mes 5</i>	<i>Mes 6</i>	<i>Mes 7</i>	<i>Mes 8</i>	<i>Mes 9</i>	<i>Mes 10</i>	<i>Mes 11</i>	<i>Mes 12</i>
<i>Hembras reproductores</i>	6	6	6	6	6	12	12	12	25	25	25	50	50
<i>Machos reproductores</i>	1	1	1	1	1	2	2	2	4	4	4	6	6
<i>Gestantes</i>	11	11	11	11	11	23	23	23	35	35	35	59	59
<i>Gazapos</i>			26			26			55			55	
<i>Levante</i>				25			25			54			54
<i>Ceba</i>					24			25			52		
<i>Hembras reemplazo</i>					12			12			26		
<i>Machos reemplazo</i>					2			2			4		
<i>Venta</i>					12			12			26		

Fuente: Este Estudio

Tabla 9 Planificación Técnica De Producción De Cuyes Con Dos Nucleos (12 Hembras 2 Machos)

<i>Planificación técnica</i>	<i>Mes 0</i>	<i>Mes 1</i>	<i>Mes 2</i>	<i>Mes 3</i>	<i>Mes 4</i>	<i>Mes 5</i>	<i>Mes 6</i>	<i>Mes 7</i>	<i>Mes 8</i>	<i>Mes 9</i>	<i>Mes 10</i>	<i>Mes 11</i>	<i>Mes 12</i>
<i>Hembras reproductores</i>	12	12	12	12	12	24	24	24	37	37	37	63	63
<i>Machos reproductores</i>	2	2	2	2	2	4	4	4	6	6	6	10	10
<i>Gestantes</i>	11	11	11	11	11	23	23	23	35	35	35	59	59
<i>Gazapos</i>			26			26			55			55	
<i>Levante</i>				25			25			54			54
<i>Ceba</i>					24			25			52		
<i>Hembras reemplazo</i>					12			12			26		
<i>Machos reemplazo</i>					2			2			4		
<i>Venta</i>					12			12			26		

Fuente: Este Estudio

12. Estrategias para el mejoramiento de la comercialización

Con el fin de lograr una mayor inclusión de los productores de cuy organizados en grupos asociativos se pretende con el proyecto desarrollar alianzas comerciales y contratos formales con restaurantes y asaderos del nivel local, regional y nacional. Para esto se realizarán acercamientos que permitan lograr negociaciones apropiadas.

Para lograr la sostenibilidad de los productores de cuy en los mercados en el proyecto se contempla la conformación de una organización departamental de carácter solidario encargada de coordinar las alianzas comerciales y administrar la recolección, transporte y distribución del cuy, promocionar los productos y manejar bases de datos de precios regionales, y desarrollar un esquema de comercialización del cuy para consumo local y regional.

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁶⁹

Con el fin de innovar en el producto e incentivar el consumo del cuy en varias presentaciones se pretende desarrollar 5 preparaciones gastronómicas del cuy con el fin de diversificar los productos y generar un mayor número de opciones al consumidor. Esto se desarrollara con la contratación de personal experto en desarrollo de productos gastronómicos quien realizará capacitaciones y las formulaciones de las 5 preparaciones del cuy.

Con el fin de incrementar el consumo se propone la participación en 4 ferias subregionales del cuy en el departamento de Nariño

El proyecto contempla la implementación de 3 estrategias de promoción y publicidad del cuy con la realización ferias desarrollo de las ferias subregionales será con el fin de promocionar las 5 preparaciones de cuy desarrolladas. Además se pretende con el proyecto desarrollar la imagen corporativa y la creación de una página web que permita consolidar el uso de las TICS para la presentación de la estructura organizacional del centro logístico y de comercialización, información detallada de los productos y servicios, material de capacitación para asistencia técnica del cuy, venta de los productos a través de la web.

13. Estrategias que permita la organización socio – empresarial para el mejoramiento de la comercialización.

Fortaleciendo el carácter asociativo y socio-empresarial de los productores de cuy permitirá disminuir la producción inestable del Departamento, mejorar la rentabilidad y productividad del sector cuyícola, encaminar el fortalecimiento de la agroindustria, mediante la articulación de los diferentes actores de la cadena productiva. De tal manera que se enriquece la capacidad de enfrentar las condiciones cambiantes del mercado, se fortalece el desarrollo de capacidades innovadoras, se incrementa el nivel de inclusión de los pequeños productores a los mercados formales.

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁷⁰

Se propone la sensibilización comunitaria (organización de la comunidad) mediante el reconocimiento de las organizaciones existentes, posteriormente el plan de formación para cada municipio priorizado que consiste en el desarrollo de metodologías de generación de socios para la acción empresarial, la cual implica desarrollar módulos temáticos en talleres participativos.

La propuesta de implementación de organización socio empresarial con capacidades para generar relaciones y alianzas comerciales se desarrolla en varios momentos. Un primer momento se realiza de forma participativa el mapeo de la cadena de valor para identificar el desempeño de la cadena productiva en el municipio. Y el desarrollo del modelo socio empresarial adecuado que permita el acceso de los pequeños productores al mercado a través de la generación de negocios inclusivos.

El desarrollo de esta actividad se realizara con la contratación de organizaciones, instituciones o equipos técnicos expertos y con experiencia en la implementación de modelos socio empresarial y negocios inclusivos en pequeños productores. Para esto se utiliza la **Metodología Link**, cuya meta es construir relaciones comerciales sostenibles e incluyentes vinculando a los pequeños productores agropecuarios con los mercados modernos.

Además de formar al productor agropecuario bajo un enfoque empresarial, cuyas actividades estén encaminadas hacia la sostenibilidad de sus negocios, bajo criterios administrativos, organizacionales, contables y financieros.

El fortalecimiento de las organizaciones para que tengan un carácter socio - empresarial a través del desarrollo de esta propuesta se orienta principalmente a la generación

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁷¹

de procesos de desarrollo local de las comunidades rurales que son el eje dinamizador del sector agropecuario del Departamento de Nariño. Dichos procesos implican mantener el acompañamiento de diferentes tipos de organizaciones y el Estado a través de la aplicación de las políticas públicas, de tal forma que conlleven al cambio social y crecimiento económico sostenible.

De tal forma que se propone generar en las comunidades mejores capacidades organizacionales y empresariales a través de la formación en dos aspectos fundamentales: la organización social y la empresa asociativa

Esta estrategia asociativa se desarrolla con el apoyo y recursos definidos para esta actividad con el concurso del equipo ejecutor del proyecto y las organizaciones de pequeños productores de cuy.

Cada organización asociativa municipal se encarga de la operación en su localidad con la infraestructura y personal asociado, generando sus propios esquemas organizativos.

Su objeto social es la producción y comercialización cuy, con el fin de contribuir a mejorar las condiciones de vida de sus asociados y comunidad en general.

La conformación de organizaciones comunitarias se contempla dentro del marco del sector solidario, a través de la cual se obtendrán los beneficios y bondades tributarias del sector terciario. En el proceso de constitución de la nueva organización se ha adelantado la asamblea de constitución, en donde se firmó el acta de constitución y aprobación de estatutos, se creó la junta directiva y se eligió la representación legal.

14. Presupuesto

Tabla 10 Presupuesto detallado

1. MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN					
ACTIVIDAD	ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Asistencia técnica y capacitación para la producción de cuy.	honorarios de 2 Profesionales de las ciencias agropecuarias, administración, ingeniería agroindustrial	meses (10)	20	2.500.000	50.000.000
	Alquiler de salón	Unidad	8	30.000	240.000
	Refrigerios	Unidad	8	3.500	28.000
	Transporte	Viajes	8	50.000	400.000
	impresión de cartillas guías y módulos	Unidad	50	7.000	350.000
SUBTOTAL Asistencia técnica y capacitación para la producción de cuy.					51.018.000
Pago de mano de obra para construcción de galpones de cuy	Mano de obra no calificada por tres días	Jornales	50	119.240	5.962.000
	Maestro de la construcción	Obra	15	500.000	7.500.000
SUBTOTAL Pago de mano de obra para construcción de galpones de cuy					13.462.000
Adquisición de materiales para la construcción de galpones	construcción de galpón	unidad	50	2.860.440	143.022.020
SUBTOTAL Adquisición de materiales para la construcción de galpones					143.022.020
Cultivo de pastos y forrajes	preparación del terreno	jornal	50	19.240	962.000
	Compra de semillas y material vegetal de pastos y forrajes (alfalfa, raygras, aobade,	Bulto	50	192.400	9.620.000
	siembra y cultivo de pastos	Jornal	50	19.240	962.000
SUBTOTAL Cultivo de pastos y forrajes					11.544.000
Elaboración de plan de manejo ambiental	Contrato de elaboración del documento de plan ambiental con los productores que permita el manejo de Residuos, plan de higiene, Control de plagas y enfermedades y uso eficiente del recurso hídrico.	Documento	1	4.000.000	4.000.000
	Impresión del documento	Copias	50	10.000	500.000
SUBTOTAL Elaboración de plan de manejo ambiental					4.500.000
SUBTOTAL MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN					<u>274.564.020</u>
2. MEJORAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN					
Implementar un (1) centro de	Adquisición de 2 computador de mesa	Computadores	2	1.250.000	2.500.000

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁷³

organización y logística encargado de administrar la recolección, transporte y distribución del cuy, promocionar los productos y manejar un sistema de información de precios regionales, y desarrollar un esquema de comercialización del cuy para consumo local regional.	Adquisición de 1 computadores portátiles para el área administrativa	Computadores	1	1.500.000	1.500.000
	Adquisición de 3 escritorios	escritorios	3	180.000	540.000
	Adquisición de 3 sillas para escritorios y mesa sala de juntas	Sillas	3	80.000	240.000
	Adquisición de una mesa para sala de juntas	mesa	1	350.000	350.000
	Adquisición de 3 archivadores	Archivadores	3	100.000	300.000
	Adquisición de un kit papelería y suministros	kit	1	70.000	70.000
	Sillas rimax	sillas	5	20.000	100.000
	Mesas rimax	mesas	2	70.000	140.000
	Adquisición de 1 impresora multifuncional	Impresoras	1	350.000	350.000
	arrendamientos	mes	12	250.000	3.000.000
SUBTOTAL Implementación de un (1) centro de organización y logística					9.090.000
Capacitación con personal experto para Desarrollar 5 preparaciones gastronómicas del cuy con chefs expertos en la preparación de cuy en para la motivación del consumo local	Contratar personal experto para el desarrollo de 4 preparaciones de cuy	Global	1	4.000.000	4.000.000
Elaboración de página web como estrategia de comercialización y oferta de productos y servicios	Contratación de personal para la elaboración de la página web	Global	1	4.000.000	4.000.000
Elaboración pautas publicitarias audiovisuales	Contrato de elaboración y publicación de pautas publicitarias	Global	1	5.000.000	5.000.000
Elaboración e impresión de imagen corporativa	Contratación de diseñador e impresión de imagen corporativa	Global	1	1.924.000	1.924.000
Realización de 10 reuniones para la realización de contratos formales de venta de cuy en los mercados del nivel local, regional y/o nacional	Reunión es de negociación	Global	10	500.000	5.000.000
Alquiler de equipos de sonido y animación	Alquiler equipos logística	Global	4	300.000	1.200.000

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁷⁴

Alquiler de espacios para la realización de 4 ferias regionales de comercialización del cuy	Alquiler espacios para ferias	Global	4	220.000	880.000
Impresión de publicidad para la promoción de las 4 ferias subregionales del cuy.	Publicidad	Global	1	3.000.000	3.000.000
SUBTOTAL Estrategias de comercialización y difusión					25.004.000
SUBTOTAL MEJORAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN					34.094.000
3. ORGANIZACIÓN SOCIO – EMPRESARIAL					
Realización de 16 talleres con los grupos asociativos de cuy para la elaboración y/o reforma de estatutos, reglamentos internos, manuales de funciones procesos y procedimientos y planes de acción con horizonte temporal de 4 años	Profesionales en ciencias agropecuarias, economía, administración, ciencias sociales, Derecho, Contaduría	Talleres	16	192.400	3.078.400
	Alquiler de salón	Unidad	16	50.000	800.000
	Refrigerios	Unidad	60	7.500	450.000
	Transporte	Viajes	16	50.000	800.000
SUBTOTAL Realización de 16 talleres con los grupos asociativos					5.128.400
Realización de cursos de capacitación en administración agropecuaria, contabilidad y finanzas, elaboración de planes de negocios, mercadeo, cooperativismo y emprendimiento	Profesionales en ciencias agropecuarias, economía, administración, ciencias sociales, Derecho, Contaduría	Talleres	16	192.400	3.078.400
	Alquiler de salón	Unidad	16	50.000	800.000
	Refrigerios	Unidad	60	7.500	450.000
	Transporte	Viajes	16	50.000	800.000
SUBTOTAL Realización de cursos de capacitación en administración agropecuaria					5.128.400
Realización de 10 Talleres para consolidación de organizaciones subregionales de productores para la comercialización colectiva del	Profesionales en ciencias agropecuarias, economía, administración, ciencias sociales, Derecho, Contaduría	Talleres	10	192.400	1.924.000
	Alquiler de salón	Unidad	10	50.000	500.000
	Refrigerios	Unidad	1000	7.500	7.500.000
	Transporte	Viajes	10	50.000	500.000

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY76

Adquisición de materiales para la construcción de galpones

Cultivo de pastos y forrajes

Elaboración de 1 planes de manejo ambiental

2. MEJORAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN

Implementar 1 centro de organización y logística encargado de administrar la recolección, transporte y distribución del cuy, promocionar los productos y manejar un sistema de información de precios regionales, y desarrollar un esquema de comercialización del cuy para consumo local regional.

Capacitación con personal experto para desarrollar 5 preparaciones gastronómicas del cuy con chefs expertos en la preparación de cuyen para la motivación del consumo local

Elaboración de página web como estrategia de comercialización y oferta de productos y servicios

Elaboración pautas publicitarias audiovisuales

Elaboración e impresión de imagen corporativa

Realización de 10 reuniones para la realización de contratos formales de venta de cuy en los mercados del nivel local, regional y/o nacional

Alquiler de equipos de sonido y animación

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁷⁷

Alquiler de espacios para la realización de 4 ferias regionales de comercialización del cuy

Impresión de publicidad para la promoción de las 4 ferias subregionales del cuy.

3. ORGANIZACIÓN SOCIO – EMPRESARIAL

Realización de 16 talleres con los grupos asociativos de cuy para la elaboración y/o reforma de estatutos, reglamentos internos, manuales de funciones procesos y procedimientos y planes de acción con horizonte temporal de 4 años

Realización de cursos de capacitación en administración agropecuaria, contabilidad y finanzas, elaboración de planes de negocios, mercadeo, cooperativismo y emprendimiento

Realización de 10 Talleres para consolidación de organizaciones subregionales de productores para la comercialización colectiva del producto.

CONCLUSIONES

En el desarrollo del diagnóstico se puede evidenciar la debilidad de los pequeños productores de Cuy de la vereda Trojayaco, El Tambo, Nariño en el óptimo manejo de la producción y comercialización así como también se evidencia la carencia de una organización empresarial que los haga competitivos en el sector cuyícola.

Es necesario brindar asistencia y acompañamiento técnico a los productores de Cuy de la vereda Trojayaco, municipio de El Tambo, en buenas prácticas técnicas y agropecuarias que generen calidad al producto y fomento de la producción limpia, teniendo en cuenta los impactos al medio ambiente que se generan en es eslabón productivo, buscando un equilibrio entre la producción y los ecosistemas presentes.

Es importante reconocer la nulidad de procesos organizativos a nivel empresarial de los productores de cuy de la vereda Trojayaco, El Tambo, Nariño, por lo cual se propone a través de la asociatividad el mejoramiento de la comercialización con acompañamiento técnico de expertos y el manejo de identidad corporativa para su operación y funcionamiento que generen oportunidades de empleo y generación de ingresos a las familias del municipio.

RECOMENDACIONES

Para que los procesos tengan los resultados esperados se requiere la participación constate de los productores a los talleres de capacitación en todas sus fases

Aplicar las recomendaciones técnicas y fitosanitarias para el manejo de la producción de Cuy para garantizar la calidad y sostenibilidad en el producto.

Es indispensable contar con disponibilidad y buena actitud y aptitud frente a los procesos asociativos

Para llegar a conservar una rentabilidad continua ya sea constante o en un mejor escenario creciente y afirmada, es recomendable establecer tácticas y acuerdos de venta con los clientes potenciales, para así podamos mantener un flujo constante de ganancia.

Al tener establecida una gran aceptación, sería recomendable invertir progresivamente en publicidad, dando auspicios, creando eventos, y manteniendo la vanguardia en todo lo que nos sea posible.

BIBLIOGRAFÍA

CUENCA MELO, G. E., & MENZA VALLEJO, E. V. (2009). Comisión Regional de Competitividad de Nariño, informe final. *COMISION REGIONAL DE COMPETITIVIDAD DE NARIÑO*, 10.

Méndez Carrillo, A., & Fuentes Trigos, C. J. (2009). Asociatividad para la competitividad en pymes de familia. 3.

Benjamín, B. G. (2009). Analisis Sectorial y Competitividad. 72.

Carlos, B. P. (2004). Manual de Producción aplicado a las pequeñas y medianas empresas. 3.

Góchez, R. E. (2009). *Como combatir la pobreza*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de ADEPRO: <http://www.adepro.biz/espanol.php?id=8&cat=2&art=5>

Gomez Hernández, L. D. (2011). Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas:. 5.

Jiméne, É. M. (Junio de 2013). *NUEVAS TEORÍAS Y ENFOQUES CONCEPTUALES SOBRE EL DESARROLLO REGIONAL: ¿HACIA UN NUEVO PARADIGMA?* Recuperado el 2015 de Junio de 25, de NUEVAS TEORÍAS Y ENFOQUES CONCEPTUALES SOBRE EL DESARROLLO REGIONAL: ¿HACIA UN NUEVO PARADIGMA?:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-59962003000100003&script=sci_arttext

Vega, F. A. (Junio de 2009). *Biotecnología en el Sector Agropecuario y Agroindustrial*.

Recuperado el 26 de Junio de 2015, de Biotecnología en el Sector Agropecuario y

Agroindustrial: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692->

[35612009000100008&script=sci_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-35612009000100008&script=sci_arttext)

PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUY⁸¹

Yackeli. (27 de Noviembre de 2011). *Estudio de mercado de carne de cuy envasada al vacío, refrigerada y certificada*. Recuperado el 25 de Junio de 2015, de Estudio de mercado de carne de cuy envasada al vacío, refrigerada y certificada:

http://es.slideshare.net/yackeli_15/estudio-de-mercado-de-la-carne-de-cuy-yacki

Maletta Héctor, (2011) “Tendencias y perspectivas de la Agricultura Familiar en América Latina”. Documento de Trabajo N° 1. Proyecto Conocimiento y Cambio en Pobreza Rural y Desarrollo. Rimisp