



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“Perfil de los productores de cuy con fines de exportación del Valle Huaura
- Sayán, 2018”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

CHILENO ROQUE, Luis Alberto

ASESOR:

Mgter MALDONADO CUEVA, Percy

LINEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA – PERÚ

2018


El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) CHILENO ROQUE, LUIS ALBERTO, cuyo título es: PERFIL DE LOS PRODUCTORES DE CUY CON FINES DE EXPORTACIÓN DEL VALLE HUAURA - SAYÁN, 2018.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (número) Dieciséis (letras).

Lima, 06 de Diciembre de 2018



.....
CARLOS GUERRA BENDEZU
PRESIDENTE



.....
PERCY MALDONADO CUEVA
SECRETARIO



.....
MAGALY LUNA GAMARRA
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

A Dios, mis padres
quienes siempre me han sabido
dar todo su apoyo.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradecer a dios por todo lo que me ha ofrecido en la vida,
así como también al apoyo incondicional de mis padres y mis abuelos
y a las personas que apoyaron en para lograr concluir esta tesis
que va con mucho gusto dando a conocer el hermoso Valle
de Huaura - Sayán donde nacieron y crecieron mis padres
agradezco el noble gesto de mi asesor Percy Maldonado
quien me apoyo a lo largo de mi investigación,
así como también a todas aquellas personas
que me han apoyado ya apostado por mí.

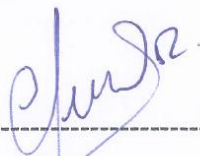
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Luis Alberto Chileno Roque, con DNI: 45670321, estudiante de la Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Cesar Vallejo, con la tesis titulada “Perfil de los Productores de cuy con fines de Exportación del Valle Huaura - Sayán, 2018”, declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no ha sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 28 de noviembre del 2018



Luis Alberto Chileno Roque

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado calificador:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de Grados y Títulos para la elaboración y la sustentación de la Tesis de la Escuela Académica Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad “Cesar Vallejo”, para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, presento la tesis titulada: “Perfil de los Productores de cuy con fines de Exportación del Valle Huaura - Sayán, 2018”.

La presente investigación está conformada por siete capítulos, donde: el primero es denominado introducción, en el cual se describen la realidad problemática, los trabajos previos, el marco teórico de la variable, la formulación del problema, justificación del estudio, además de la determinación de los objetivos. El segundo capítulo se denomina Métodos, en el cual se describen el diseño de investigación, métodos de muestreo, rigor científico, análisis cualitativo de los datos y aspectos éticos. El tercer capítulo se denomina Descripción de los Resultados, en el cual se plasman los resultados obtenidos por los instrumentos de recolección de datos de las personas entrevistadas. El cuarto capítulo se denomina Discusión, en el cual se comparan los resultados obtenidos a través de los instrumentos con los antecedentes del presente estudio; el quinto capítulo se denomina conclusiones, el sexto capítulo se denomina recomendaciones; y en el último capítulo las referencias bibliográficas que conllevan a los anexos.

Ante esto, espero que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por la Universidad y merezca su aprobación.

Luis Alberto Chileno Roque

RESUMEN

Este presente trabajo de investigación, tiene como objetivo determinar los factores del perfil del productor de cuy que contribuyen al desarrollo de producción con fines de exportación de la provincia del Valle Huaura – Sayán. Las categorías de la variable perfiles son Económico Psicológico, Sociocultural y Gerencial, respecto a la categoría Económico sus subcategorías son Inversión y Ganancia, con la categoría Psicológico sus subcategorías son Tolerancia al riesgo y necesidad de logro, respecto a la categoría Sociocultural sus subcategorías son político e institucional y por último la categoría gerencial sus subcategorías son innovación y tecnología.

Se determinó que los factores del perfil del productor de Cuy, contribuyen al desarrollo de producción con fines de exportación del valle Huaura - Sayán los cuales son de suma importancia para ellos mismos.

Palabras claves: Perfiles, Exportación, Emprendimiento.

ABSTRACT

This research work aims to determine the factors of the profile of the guinea pig producer that contribute to the development of production for export purposes in the province of Valle Huaura - Sayán. The categories of the variable profiles are Economic Psychological, Sociocultural and Management, with respect to the Economic category their subcategories are Investment and Profit, with the Psychological category their subcategories are Risk tolerance and need of achievement, with respect to the Sociocultural category their subcategories are political and institutional and finally the managerial category its subcategories are innovation and technology. It was determined that the factors of the profile of the producer of Cuy, contribute to the development of production for export purposes of the Huaura - Sayán valley, which are very important for them.

Keywords: Profiles, Exportation, Entrepreneurship.

INDICE

	Pág.
Dedicatoria	03
Agradecimiento	04
Declaración de autenticidad	05
Presentación	06
Índice	07
RESUMEN	08
ABSTRACT	09
GENERALIDADES	10
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Aproximación temática	11
1.2 Marco Teórico	16
1.3 Formulación del problema	22
1.4 Justificación del estudio	22
1.5 Objetivo	23
II. MÉTODO	
2.1 Diseño de investigación	23
2.2 Métodos de Muestreo	24
2.3 Rigor Científico	24
2.4 Análisis cualitativo de los datos	24
2.5 Aspectos éticos	24
III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	25
IV. DISCUSIÓN	28
V. CONCLUSIONES	31
VI. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	34
ANEXOS	37

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Aproximación temática

En el norte chico de Lima, específicamente en el valle del distrito de Sayán, ubicado en la provincia de Huaura, hay pobladores dedicados a la agricultura y producción de ganadería, teniendo productos que deben ser más conocidos y ricos en temas de exportación, a los pobladores les cuesta mucho realizar este tipo de proceso limitándose solo a venderlo a nuestro mercado interno, esto puede darse por diferentes factores, tales como capacitaciones por parte de la municipalidad o la Región, escasez de apoyo del estado en subvencionar económicamente en proyectos a los ganaderos de la región y también poco uso de la tecnología actual.

Se conoce que el valle Huaura – Sayán su producción ganadera es muy buena al contar con recursos naturales como la agricultura y los espacios adecuados para la crianza, los pobladores son grandes productores de ganado Bovino y vacuno sumándose a esto la crianza de cuy que es muy llamativa en los pobladores teniendo en cuenta las bondades de salud que este ofrece. Al depender únicamente de la ganadería, de la agricultura y de lo que pueda pasar con la fábrica de azúcar Andahuasi, surge competencia entre si muchas veces en exceso y de manera brutal de precios, donde los más beneficiados muchas veces son las personas de la capital que los lugareños teniendo la facilidad de comprar la carne de cuy más económica del mercado nacional, ocasionando que las rentabilidades de los productores sean mínimas y no muy rentables en algunos casos.

La Exportación en Perú viene creciendo en muchas áreas y de manera muy positiva abriendo mercado a muchas personas, generando nuevos empresarios a nivel nacional al punto de abrir un nuevo mercado con la carne de cuy en distintas presentaciones al mercado de EE.UU y Japón, específicamente por presencia de peruanos y ecuatorianos en grandes masas en dichos países, cabe resaltar que el comer la carne de cuy es la más saludable y baja en grasas y por tanto también en colesterol a diferencia del pollo y carnes rojas, esto hace más atractiva aun la exportación de la carne de cuy que hoy en día viene ganando más mercado y se hace atractivo seguir apostando en ello.

Se sabe que los países andinos como Perú, Ecuador, Bolivia y parte de Colombia respectivamente los pobladores son de criar en granjas o corrales conocidos como galpones a los cuyes o conocido como *Cavia Porcellus*.

Pero como podemos despertar o descubrir el mejor perfil de productor de cuy que tenga fines de exportación, para ello nos dirigimos al norte chico de Lima al valle de Huaura – Sayán donde las personas viven de la agricultura y crianza de los animales donde varios de ellos solo se dedican a la crianza del cuy los cuales son vendidos a terceros hablese de restaurantes o empresas con fines exportadoras perdiendo así tal vez el crecer como uno de los tantos empresarios que hoy en día tienen el Perú.

Esta investigación va dirigida a ver el tipo de perfil productor peruano que tenemos en el norte chico de Lima y si podemos tener grandes exportadores de la carne de cuy, también enterarnos más de la crianza, así como también la variedad que tenemos de cuyes y la producción familiar que podemos tener en este valle de Huaura – Sayán.

1.2 Trabajos Previos

Morales, (2012). En su tesis titulada “Esquema de negocios para la producción, distribución y exportación de cuyes al mercado peruano”. Tesis para optar título profesional de Tecnología en exportaciones e importaciones de la Universidad de la Américas – Ecuador, el objetivo es que el cuy ecuatoriano sea más conocido a nivel de los mercados internacionales teniendo como mercado meta el Perú siendo exportado la carne de cuy empacada en vacío, según investigaciones realizadas por el autor indica que el Perú está comprando cuyes en el mercado ecuatoriano para luego ser comercializado en el Perú. La idea que se plantea esta desarrollada en Ambato de Ecuador, el costo que se propone de manera unitaria es de 5.30 dólares teniendo así un margen de utilidad de 30% la comercialización sería en FCA teniendo una capacidad exportable de 1500 cuyes de manera mensual y teniendo en cuenta la cercanía entre países la manera logística sería terrestre para ello el autor comenta que se tiene que tener un capital de 83 500 dólares, el autor concluye que la presentación es importante para poder captar clientes y para ello menciona que cada cuy debe pesar mínimo 800 gramos y un tope de 1000 gramos que podría mantener los índices de calidad, indica de tener esto correctamente puede tener un crecimiento a nivel de exportaciones y recomienda que Ecuador a través del CAN firmen un convenio de permisos zoosanitario.

Ramos, (2015). En su tesis titulada “Plan de negocio para mejorar la crianza y comercialización de cuy (*cavia porcellus*) en la asociación de matrimonios en apoyo a jóvenes estudiantes de la periferia distrito de Luya 2015 – 2018”. Tesis para optar título profesional de ingeniero Agroindustrial de la universidad nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, el objetivo el cual describe el autor de la tesis es poder mejorar

en todos los aspectos la producción y comercialización de cuyes en una asociación de familias con el apoyo de estudiantes del distrito de Luya el cual este rubro lo vienen generando desde el año 2010 y esta actividad es la fuente principal de ingresos del distrito. El autor se basa indicando que este negocio es de carácter productivo, la parte comercial se trata de desarrollar en la parte de productores y también de la asociación, comercializadores y también para inversionistas privados o entidades públicas interesadas en el negocio del cuy. Se realizó un estudio contundente respecto a la realidad de la población y asociación el cual se llega a una verificación contundente donde se verifico con datos que la asociación está conformado por los pequeños y medianos productores los cuales tienen un aproximado de 260 madres llegando a tener así un nivel bajo de la capacidad de producción el cual según proyecciones tendría que albergar una población de más de 8000 cuyes , las cuales pueden estar conformados por cuyes cruzados y pueden estar repotenciados o tener una mejora camada por distinto tipo y líneas , si estos con criados de la manera tradicional pueden alcanzar un promedio de 0.60 a 0.70 kg en las primeras nueve semanas la cual es muy bajo al peso ideal para de esta forma ser comercializados ya que lo ideal del mercado es de 0.80 kg mínimo comparando a la asociación para que los cuyes lleguen a ese peso se toman 12 semanas incrementando así los costó de producción, el autor llega a concluir que la asociación presenta bajo nivel de producción ya que carece de materiales de primera mano cómo tecnología , carece de vínculos así también como vínculos , apoyo de la región y del gobierno central, para ello se propone este plan de negocio por parte del autor el cual la metodología que se vendrá utilizando es referencia de expertos el cual se ha entrevistado en temas de producción , investigación de comercialización del cuy.

Díaz, (2014). En su tesis titulada “Evaluación de la producción y comercialización de cuyes en el marco del proyecto “procury” en el distrito del Mantaro – Jauja “. Tesis para optar título profesional de Ingeniero Zootecnista de la universidad nacional del centro del Perú, el objetivo que se planteo fue evaluar el comportamiento de la producción y comercialización de cuyes el cual fue tomado por 6 meses en la provincia de jauja y con esto se quiere incrementar la oferta y demanda de la carne de cuy en el distrito desde el punto de vista del autor. Nos comenta que el distrito tiene bajos recursos económicos y sería bueno presentar más idea innovadora, según ello nos presenta lo siguiente con respecto a la producción familiar de cuyes de la población: se tiene un promedio de 155 cuyes, dentro de los cuales se tiene 67 madres reproductoras ,se establece tener una

infraestructura adecuadas como galpones , los cuyes deben ser bien alimentadas con alfalfa y alfalfa con grass o conocida por los pobladores como chala, las características productivas son: tiene que tener un tamaño considerable la camada desde el nacimiento , un peso ideal según la mejoras que se quiere implementar , el autor recomienda un peso ideal de 152 gramos y una mortalidad de 9,31% , el autor concluye que desde que se presentó su proyecto va mejorando la comercialización del distrito con respecto a la comercialización de la carne de cuy en el distrito teniendo en cuenta el nivel de nutrición que tiene el cuy con respecto a la salud humana.

Ramos, (2015). En su tesis titulada “Determinación del grado de aceptabilidad de conservas de cuy (*cavia porcellus*) en presentaciones de salsa a la boloñesa, tomate y pachamanca en la ciudad de puno”. Tesis para optar título profesional de Ingeniero Agroindustrial de la Universidad Nacional del Altiplano, el objetivo de Ramos era determinar el grado de aceptación de las conservas de carne de cuy en presentaciones de salsa a la boloñesa, tomate y pachamanca incentivando de esa manera algo novedoso e innovar a recepcionar nutrición para la población; por consumidores de la ciudad de Puno. Para el estudio se empleó cuyes machos de 4 meses de edad procedentes del centro de investigación de la ciudad de Puno; los cuales tuvieron un peso promedio vivo de 750g. La elaboración de las conservas se realizó en tres cubiertas; salsa a la boloñesa, salsa de tomate y salsa de pachamanca, el proceso de esterilización de las conservas se realizó en autoclave a 121.1°C, por un tiempo de 60 minutos. Luego de ello se realizó un análisis sensorial del color, olor, sabor y apariencia general en una población muestral de 382 personas de la ciudad de Puno. Para que se pueda evaluar y determinar que conservas presenta mejores características, se utilizaron las pruebas no paramétricas de Friedman, el autor concluye que los análisis sensoriales de las conservas a base de carne de cuy indica que la conserva de cuy en salsa de pachamanca presenta mejor aceptación en características sensoriales respecto al color, olor sabor y apariencia general con rangos establecidos de Friedman de 2.57, 2.77, 2.18 y 2.50 respectivamente, por lo que resulta el más resaltante para el consumo de la población por su aprobación, los consumidores de la ciudad de Puno determinaron que el 90% consumiría este producto por sus bondades nutricionales y fácil preparación.

Aliaga, (2016). En su tesis titulada “Organización de la cadena productiva del cuy en el valle del Mantaro proyectado al mercado nacional e internacional”. Tesis para optar título profesional de Doctora en administración de Negocios Globales de la

Universidad Ricardo Palma, El objetivo general de Aliaga es crear entre la organización y la competitividad si existe una relación entre ambos, teniendo en cuenta ello poder proyectarse a los diversos mercados tanto a nivel nacional e internacional para establecer y proponer estrategias según cada perfil de mercado y con ello tener una fortaleza con este nuevo producto. La investigación que aplica aliaga es cualitativa, para su investigación un listado de productores de cuy que están organizados en 19 productores asociados según dato informado por el grupo SEPAR y el Ministerio de Agricultura de Junín, selecciono una muestra de 211 productores llegando el autor a concluir que si logramos a tener una relación exitosa entre la organización y la competitividad podemos asegurar un excelente calidad y gestión ambiental que hoy las empresas nacionales y transnacionales exigen , con este resultado podemos indicar que los pobladores pueden participar de los planes estratégicos ya que no genera riesgos ambientales y que los productores generan sus actividades con orden y limpieza.

Robalino, (2015). En su tesis titulada “Crianza de cuy en el cantón salcedo de la provincia de Cotopaxi y su incidencia en la comercialización interna y exportación periodo 2008 – 2014”. Tesis para optar título profesional de Maestría en negocios internacionales y gestión del comercio exterior de la Universidad de Guayaquil, el objetivo al cual nos lleva Robalino es realizar un estudio de consideración netamente financiera sobre la industrialización y comercialización de la carne de cuy, que contribuya a reforzar la mejorar la calidad de vida de los consumidores a los cuales va dirigido, para generar ingresos directamente a los productores y divisas para el fisco, al realizar un análisis de la situación actual de los mercados de la carne de cuy en el Ecuador y ver el nivel de exportaciones hacia los países importadores de este tipo de bienes , exportar carne de cuy procesada desde el cantón Salcedo de la provincia de Cotopaxi, hasta los Estados Unidos, España e Italia, El propósito es poder mejorar la economía de la comunidad de Salcedo y generar divisas para el productor nacional. Robalino utilizo el método de distribución del cual cada operador debe realizar una parte del proceso, para todas las gamas del producto que fabrique la empresa con respecto al cuy llegando así el autor a la conclusión que en el mercado global desde hace pocos años, se conoce ya las bondades de la carne de cuy y el de alimentarse sanamente, por lo que países como Perú, Bolivia, y Ecuador exportan en grandes cantidades la carne de cuy , lo que le genera confianza para llevar a cabo el proyecto y en futuro vender este producto a los países europeos.

1.3 Marco Teórico

1.3.1 Perfil de la persona emprendedora

A. Definición

Podemos determinar cómo perfil emprendedor a toda aquella persona que propone y pone en práctica algo nuevo , descubrir una oportunidad de negocio para encontrar el éxito donde surge oportunidad de mercado , podrá disponer los recursos que necesita para comenzar para llevarla a buen puerto (Peter Drucker 1985).

El termino emprendedor debe ser considerado no solo por los atributos personales , si no también debe ser tomado en cuenta los aspectos motivacionales , teniendo en cuenta ello no podemos hablar de un emprendedor universal ya que intervienen el entorno y la historia de cada una de ella porque el impacto sería en el desarrollo y las expectativa que contribuye con ello (Raposo , Paco & Ferreira 2008).

1.3.2 Tipos de Perfil

McClelland (1991) nos indica que uno de los principales características de una persona emprendedora es la “alta necesidad de logro”, por tanto, toda aquella persona que tiene este atributo tiene una ventaja a comparación de las demás personas de la sociedad en aprovechas las oportunidades que nos ofrece el mercado.

Asimismo Veciana (1999) considera los perfiles del emprendedor en 4 enfoques los cuales son: Económico, Psicológico, Socio-Cultural y Gerencial.

1.3.3 Factores en el perfil del Emprendedor

A. Definición Factor Psicológico

Estudia generalmente al empresario como persona, así como los perfiles y todas aquellas condiciones y organización que tiene un empresario que son exitosos analizando generalmente en sus características como persona.

Como menciona Kirzner (1979) indicando que el emprendedor es como el estado de alerta a todas las oportunidades basándose a las diferentes percepciones individuales, el valor de cada persona capacitada esta en aprovechar las oportunidades de los beneficios sin explorar que proceden de una mala gestión de los recursos donde se pueden ocasionar situaciones de desequilibrios que son inciertas.

Como menciona Djankov (2006) en la teoría de los rasgos de personalidad donde nos dice que los perfiles de la persona son característicos en cada emprendedor esto conlleva a factores imprescindibles para poder crear una empresa.

A.1 Necesidad de logro

Todas las personas emprendedoras tienen la necesidad y el afán de estar por encima de las capacidades habituales y actuales con ello estar en la búsqueda de una mejora continua (Veciana, 1996).

A.2 Tolerancia al Riesgo

Las personas que asuman mayor riesgo son las personas más animadas a crear empresas (Knight, 1921)

B. Definición Factor Económico

En este enfoque se tratará de explicar el fenómeno de la creación de empresas a nivel del sistema económico.

Uno de los puntos importantes de mucho interés para la creación de una empresa son los costos, tal cual nos menciona Coase (1937) y Williamson (1971) con la Teoría de los costos de transacción nos explica que los costos de transacción vendrían a ser costos asociados, ya que en vez de usar sus propios beneficios internos salen al mercado para encontrar esos servicios y productos que sea del mejor beneficio para él.

Así como nos comenta Say (1840), Mill (1848) y Marshall (1890) en la Teoría del cuarto factor de producción, en la cual nos da como referencia que el empresario será tomado como el cuarto factor de la producción distinto al trabajador, terrateniente y del capitalista, el empresario tomará estos factores para usarlo a su conveniencia.

B.1 Inversión

Muchas veces en el mundo por el desconocimiento el negociar algo suele ser muy costoso por temas de desconocimiento propios a falta de indagación y las dificultades que se presentan durante las negociaciones (Coase, 1990).

B.2 Ganancia

“Beneficio del empresario”, el riesgo asumido transformado una organización de la actividad económica y recibiendo los beneficios de los propios (Cantillon 1755, Knight 1921 y Weber 1921)

C. Factor Sociocultural

Se trata de ver la creación de la empresa considerando la parte de factores externos o del entorno como cultural, creencias, tradiciones y de grupos dentro de la organización (Arenius y Minniti 2005).

Así mismo nos habla Jerez y García (2010) nos menciona que todas aquellas variables que configuran las características típicas y peculiares que generalmente determina la sociedad y realmente conviene aprender para poder operar adecuadamente en las diferentes culturas con gran diversidad de componentes que de alguna manera afectan de forma incisiva en los procesos de internacionalización de las empresas y las estrategias que usaran de marketing.

C.1 Institucional

Si tenemos una buena estructura institucional se conseguirá un gran crecimiento económico respecto a las competencia más cercana de otros países de las misma condiciones (Sobel, 2008).

C.2 Político

La política genera un enfoque ideológico que lideran y velan los intereses del pueblo (Cisneros, 2000).

D. Factor Gerencial

Donde se enfoca el desarrollo de empresa en el interior una vez establecida y de las decisiones que se tome para el surgimiento de la organización.

Como nos explica Sharma y Chrisman (1999) con la teoría Corporate Entrepreneurship donde nos habla de la renovación empresarial creando nuevos negocios innovando productos, procesos y tecnología.

Así como Leibenstein (1966) nos habla que los emprendedores que son ineficientes son consecuentes de ineficacia de las organizaciones que tienen a cargo. Toda las personas emprendedoras que son eficientes son la mayor amenaza para las organizaciones que son ineficientes, de esta manera se convierten en una presión externa que funcione como factor motivacional para la empresas y busquen así maximizar sus recursos.

C.1 Innovación

“Destructor creativo” son aquellas personas emprendedoras acostumbradas al uso de la innovación rompiendo ciclos que conllevan ajustados a los mercados (Schumpeter, 1991).

C.2 Proceso y Tecnología

Es el uso sistemas o el valor agregado para crear un producto de calidad creado para la satisfacción de las necesidades del ser humano o del mercado demandante (Dávila, 2004).

1.3.4 Emprendimiento

A. Definición

El emprendimiento está basado en la actitud que nos lleva al inicio de un proyecto en específico aprovechando desde luego las oportunidades.

Según la teoría de Robert Kiyosaki (2000) una persona emprendedora puede romper paradigmas y debemos entender que para conseguir dinero o una economía estable está en cada habilidad de una persona emprendedora que desea llegar lejos y tener una mente positiva.

Por otro lado, Carbajal (2017, p. 34) menciona que para ser emprendedores tenemos que tener un proceso de planificación de un proyecto sea en el aspecto político, social o económico teniendo en cuenta un fin específico teniendo particularidades específicas.

El emprendimiento es una actividad que si se lleva de la mejor manera dará una oportunidad en lo personal y social, dando oportunidades no solo a uno mismo si no conllevara el apoyo a muchas personas del entorno.

Por ello concuerdo con Kiyasaki y Carbajal porque si unificamos un solo concepto podemos llegar a conseguir lo que uno puede desear hasta donde nunca uno se puede imaginar teniendo una mente positiva y apoyando así el entorno social.

B. Teorías del Emprendimiento

a. Teoría según Andy Freyre

Para Freyre (2006) nos habla de la teoría del triángulo invertido el cual consiste en que la actividad del emprendedor es: Idea de emprendimiento, el emprendedor y el capital.

Nos comenta que mientras estos tres factures interactúen de la mejor manera significa que todo está en armonía y si alguno de ello falla el comportamiento de las mismas no tendrá el éxito esperado.

b. Teoría del Emprendimiento Schumpeteriano

Para Schumpeter (1942) tiene de manera clara que la innovación es la pieza fundamental para que una persona sea Emprendedora.

Al tener esto claro nos habla que el emprendedor es la pieza principal para la creación de nuevos productos y cubrir las necesidades que el mercado nos ofrece.

1.3.5 Producción

Para Rosales (2000) es capacidad de obtener bienes que se pueden tocar u objetos, a esto se denomina almacenamiento, elaboración, producción entre otros.

Henri Fayol y Taylor (2016), nos menciona que hay personas más capacitadas que otro referente a cada tipo de producción dentro de la empresa, la manera de producir en la cooperación y división de trabajo y aumente la producción

Michael Porter (2012); en su modelo indica que son cuatro los puntos del “rombo de la ventaja nacional” el cual nos indica que según el entorno nacional surgen las organizaciones y son competentes entre ellas logrando así una formación el cual determina: condiciones de los factores, condiciones de las demandas, realidades de las empresas y estrategia de las estructuras.

1.3.6 Exportación

A. Definición

Según el diccionario de economía política (1965) editado por Barisov, Zhamin y Makarova nos dice que cuando una mercancía o bienes y servicio sale del territorio nacional a un mercado al exterior generando divisas, los mercados capitalistas están siempre en busca de materia primas o de primera mano, tanto la importación y exportación está condicionado para el desarrollo internacional del trabajo.

Para Lerma (2010, p.539) las exportaciones vienen a ser una actividad comercial con beneficios económicos y financieros el cual consiste en el envío de mercancías nacionales o nacionalizadas, esto significa la salida de mercancía del territorio aduanero.

Teorías del Comercio Internacional

A. Teoría de la Ventaja Absoluta

Smith (1776, p. 271) nos comenta que la ventaja absoluta cuando la empleamos así sea en mínimos recursos para crear o elaborar los bienes relacionados a otros países. La importancia de libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, los países tienden generalmente a especializarse en la producción de aquellos bienes en los que tienen una ventaja absoluta.

B. Teoría de la Ventaja Comparativa

Michael Porter (2001) nos menciona que si queremos obtener una ventaja comparativa tenemos que tener la estrategia que él nos plantea el cual detalla liderazgo global en costos, tener una diferenciación y un buen enfoque o plena concentración. Teniendo en cuenta ello la empresa podrá hacer frente a las cinco fuerzas que moldean la competencia que tiene el sector para que se pueda conseguir una ventaja.

1.4 Formulación del Problema

Problema General

¿Cómo los factores del perfil de los productores han contribuido a la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018?

Problemas Específicos

- ¿Es el factor económico determinante para el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán, 2018?
- ¿Es el factor psicológico determinante para el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán, 2018?
- ¿Es el factor sociocultural determinante para el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán, 2018?
- ¿Es el factor gerencial determinante para el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán, 2018?

1.5. Justificación del Estudio

La justificación teórica del estudio realizado esta en los datos que se tendrá a través de fuentes bibliográficas que son recientes al producto a nivel de tesis como investigaciones en relación a las variables que forman parte de nuestra investigación. Con la investigación llegaremos a buscar mediante la teoría y los conceptos básicos que se obtengan reconocer como factores de los perfiles de productores de cuy. Esta investigación nos va a permitir recaudar y recopilar datos que son de mucha utilidad y toda información será necesaria sobre el desarrollo y planteamiento de la tesis y a base a esto tomar una decisión sobre el estudio y desarrollo así mismo la implementación que permitirá lograr cumplir los objetivos trazados y práctica, donde ayudaremos a poder identificar los perfiles de los productores de cuy que están conformadas por los pobladores del valle Huaura – Sayán, con ello se pretende un objetivo el cual es formar una sociabilidad entre los pobladores criadores de cuy con el objetivo principal de tener la oportunidad de lograr el éxito para ellos mismos, mejorando la economía de la población y la calidad de vida de la región. Lo que es importante es el trabajo en equipo, para poder lograr vencer barreras como la dependencia solo de la agricultura y de lo que pueda dar la fábrica Andahuasi, la intención es estar bien posicionado en el mercado internacional con un recurso nuevo, responder a las exigencias de la demanda internacional, posicionar bien nuestro producto que es la carne de cuy Peruana, también podemos decir que es metodológica ya que se realizada permitirá dar a conocer los principales perfiles de productores de cuy así como también analizaremos mediante una entrevista a los productores de cuy del valle Huaura – Sayán en la actualidad, la investigación nos ayudara a descubrir las cualidades de nuestro perfil de productor de cuy que tiene el valle Huaura – Sayán.

1.6 Objetivos

Objetivo General

Determinar cómo los factores del perfil de producción de cuy han contribuido con los fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018.

Objetivos Específicos

- Determinar si el factor económico contribuye el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018

- Determinar si el factor psicológico contribuye en el desarrollo de los productores de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán, 2018.
- Determinar si el factor sociocultural contribuye el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018
- Determinar si el factor gerencial contribuye el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de Investigación

El tipo de investigación es aplicada ya que buscamos conocer para hacer, construir y modificar, ya que queremos conocer la realidad Social, Política, Económico y Cultural de su ámbito y plantear soluciones concretas (Valderrama 2002, p. 39)

La metodología de la investigación es cualitativa porque cuyos métodos, observables, técnica, estrategia e instrumento se encuentra en la lógica de observar, el análisis importante es la cualidad (Vargas 2011, p 21).

La presente investigación se realizará bajo el nivel explicativo.

Está dirigida a dar respuesta a las causas de los eventos físicos o sociales, el objetivo está en explicar el fenómeno. (Valderrama 2002, p45)

El Diseño que se desarrollará en la presente investigación es la teoría fundamentada.

Este diseño nos indica que las proposiciones teóricas van a seguir de la investigación más que de los estudios Previos, se tomara como fuente la propia realidad. (Grimaldo 2010, citado por Hernández , Fernández y Baptista).

2.2 Método de Muestreo

2.2.1 Muestras No Probabilísticas

En la participación de esta tesis no todos los productores de la población tiene el beneficio de participar, por ella la muestra es representativa.

Muestra intencionada

Es a criterio del investigador, sin acogerse a una regla matemática o de forma estadística, el investigador debe tener en cuenta la población que está estudiando es decir conozca de manera objetiva las características de la población a estudiar. (Carrasco, 2007, p. 243).

La muestra intencionada son 3 productores del valle Huaura – Sayán : Romero, Chileno y Cárdenas.

2.2 Rigor Científico

A. Dependencia

Se analizó a los productores del valle Huaura – Sayán a través de la entrevista, obteniendo la información necesaria para el tema de investigación. El instrumento que se utilizo es la entrevista.

B. Credibilidad

Mediante la entrevista certificamos como reales por las personas que participaron en nuestra investigación, que es una piza fundamental la recolección de datos recibida, el cual fue grabado.

C. Transferencia

La presente tesis servirá para el apoyo de otras investigaciones que tengan que ver con temas relacionados al perfil productor de cuy , el cual pueda ayudar a este nuevo producto y se mida el impacto el cual afecta a los productores de cuy tanto psicológico , Económico , socio cultura y gerencial.

D. Confiabilidad

Se hizo la entrevista a 3 productores de Cuy, donde respondieron a la entrevista según su criterio el cual dicha entrevista fue grabada las cuales fueron transcritas y se tomó fotos a los productores lo cual podrán ser apreciadas en los anexos.

1.1 Análisis cualitativo de los datos

En mi presente investigación estaremos utilizando el Método Hermenéutico el cual será a través de interpretación de textos (Vargas, 2011, p. 30).

1.2 Aspectos éticos

Todos los productores del valle Huaura – Sayán fueron entrevistados con total discreción y respeto , considerando las respuestas tal cual ellos tienen el conocimiento sin interrumpir o discutiendo alguna respuesta de cada uno de los participantes , todo los instrumentos fueron realizados con honestidad con cada uno de los participantes.

III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

ECONOMICO:

De acuerdo a los resultados, tomando en cuenta lo que dice la teoría del autor Robert Kiyosaki (2000) una persona emprendedora puede romper paradigmas y que debemos entender que para poder conseguir dinero o una economía estable esta en cada habilidad de una persona emprendedora que desea llegar lejos tiene que tener una mente positiva ya que es favorable para el crecimiento propio y tomando los criterios necesarios de los conocimientos emprendidos, ya que factor psicológico si es determinante para el desarrollo en la producción de cuy del valle de Huaura - Sayán, como en el caso del productor Chileno(2018) que le motiva dedicarse a este negocio el cual le da toda la dedicación y cuidado especial , porque desde que empezó en este rubro muchas cosas ha venido cambiando en su vida, lo valora porque trabaja diario con esfuerzo y dedicación porque se ha vuelto en la principal herramienta de trabajo para que se pueda alimentar a su familia, brindar educación a sus hijos, vender y poder comprar su movilidad el cual le da un ingreso extra , también valora el medio ambiente ya que es perfecto para la producción de cuy. Así mismo al productor Romero(2018) le motiva la crianza y producción de cuy, por lo económico y valora el trabajo porque tiene varios años dedicado producción de cuy el cual con los ingresos obtenidos pudo graduarse como ingeniero Agrónomo en Huacho y ahora tiene también el negocio agrícola de palta has para el mercado nacional , Cárdenas(2018) le motiva por los ingresos que le genera para su familia donde se esfuerza para cubrir el mercado nacional por la alta demanda de los restaurantes turísticos el cual nos menciona que antes de ingresar al rubro de producción de cuy se dedicaba como parcelera de la fábrica Andahuasi . Por lo tanto, se cumple la teoría del autor Djankov acerca del emprendimiento donde indica rasgos de personalidad donde nos dice que los perfiles de la persona son característicos en cada emprendedor esto conlleva a factores imprescindibles para poder crear una empresa.

Los productores tienen diferentes problemas por muchos factores, el problema principal nos comenta es las plagas, hongos, contaminación y las estaciones del año, porque a veces en los meses de calor los galpones tienen que estar limpiándose cada 4 horas por las infecciones por las mismas eses y orina del cuy, ya que al tener una plaga como por ejemplo diarrea todos se contagian y esto pasa a pérdida por núcleo familiar. Para los productores es muy importante la producción de cuy, porque el mercado que cubre le generan pedidos de manera semanal que muchas veces no abastecen generando así

apoyarse entre productores e incentivando a la población a la producción de cuy pero teniendo este gran talón de Aquiles hace que muchos no apuesten por ello , los márgenes de ganancia son del 80 al 90 por ciento de lo invertido para ellos mismos , además los restaurantes solicitan mucha la carne de cuy al ser buena para el colesterol, como se le vine promocionando en dicho restaurants ya que es una carne muy nutritiva y saludable para el consumo humano.

PSICOLOGICO:

Según Maehr y Nicholls indica que los primeros pasos para entender las conductas que conlleva el logro es conocer el éxito ya que los fracasos son estados , a ello nos dice que alcanzar metas es superarse, y se observó que los productores de la provincia de Huaura tienen necesidad de logro porque no exportan, tiene solo una noción de que es exportación pero le temen porque los parámetros de calidad son diferenciadas , cantidad limitada, la falta de información, capacitación, asistencia contable, falta de recursos económicos, bajos niveles de negociación, falta de tecnología para mejorar la calidad de sus productos, desconfianza entre los pequeños productores, falta de promoción y participación, falta de conocimiento de los trámites para las certificaciones exigida por los mercados y la constitución de empresas.

SOCIOCULTURAL:

De acuerdo a los resultados, tomando en cuenta lo que dice la teoría d Vygotsky ,nos dice que la interacción social fomenta el desarrollo que hacen las personas que interactúan con las personas de su entorno y ello se da gracias a sus compañeros , tomando los criterios necesarios de las observaciones, el factor sociocultural si es determinante para el desarrollo de la producción de cuy en el valle Huaura- Sayán, como en el caso de los productores Chileno, Romero y Cárdenas (2018) su relación con otros productores es muy buena porque todos trabajan con un mismo objetivo, todos tienen una buena actitud, todos son responsables con el trabajo, siempre coordinan para hacer negocios, para una reunión, siempre se apoyan y están comunicado constantemente, generando con ello una relación y sociedad entre ellos incentivando a la comunidades de Chambara , Humaya , Santa Elvira se dediquen a este negocio y no tener mucha dependencia de Andahuasi y la agricultura . Así mismo la relación entre productores y consumidores es muy buena porque ellos siempre van a querer un buen producto de calidad teniendo así la garantía de

los consumidores y prefiriendo la producción del Valle Huaura - Sayán, por ello satisfacen las necesidades de los clientes en el consumo de productos para el turismo.

GERENCIAL:

De acuerdo a los resultados, tomando en cuenta lo que dice la teoría del autor Leibenstein (2008) nos habla que los emprendedores que son ineficientes son consecuentes de ineficacia de las organizaciones que tienen a cargo. Todas las personas emprendedoras que son eficientes son la mayor amenaza para las organizaciones que son ineficientes, de esta manera se convierten en una presión externa que funcione como factor motivacional para las empresas y busquen así maximizar sus recursos, tomando los criterios necesarios de las observaciones, el factor gerencial si es determinante para el desarrollo de la producción de cuy en el Valle Huaura - Sayán, lo cual se vio que los productores necesitan capacidad empresarial. Así mismo viendo en la actualidad para Steve Jobs (2010) menciona que las innovaciones lo que distingue a un líder de los demás, aquí podemos decir que los productores fueron innovando en la producción y crianza de cuy desde que iniciaron a lo que van hoy en día desde los galpones, alimentación y la reproducción eficaz de los padrillos y madres reproductoras. Además, para ahorrar económicamente aprendieron el uso del alimento balanceado conocido como forraje, y sobre la reproducción cuantas camadas debería tener las madres reproductoras para luego pasar a descarte.

Según el autor Nicholas Carr (2014) nos habla que la tecnología es muy importante para presentar un buen producto, comenta que el reto es usar la tecnología de manera más sabia, Esto significa que hay que usar la automatización para extender y expandir nuestros talentos y no para reemplazarlos. Sin embargo, los productores no utilizan ningún tipo de tecnología porque no cuentan con el dinero suficiente para invertir en tecnología, siempre usan lo tradicional ya que de momento en el Perú la producción de cuy es muy nueva y pocos apuestan por ello.

Los productores de Cuy en el valle de Huaura – Sayán tienen una costumbre en el cual para iniciar en este negocio indican que los cuyes se donan o regalan de otros productores con fines de expandir el negocio, primer conocimiento 6 hembras reproductoras para un padrillo (macho), la razas que se usan es raza Perú y criollo andino , separarlos por galpones, mucha agua y el uso correcto del forraje , por ningún motivo darles de comer

Harina de pescado, y como mucho solo tener 3camadas e ir cambiando los linajes del padrillo.

IV. DISCUSIÓN

Aliaga (2016) en su tesis de Doctora titulada “Organización de la cadena productiva del cuy en el valle del Mantaro proyectado al mercado nacional e internacional”, concluyó que si logramos la relación de organización y competitividad podemos abarcar diversos mercados tanto nacionales e internacionales y cumplir con las exigencias de calidad y gestión ambiental que empresas nacionales y transnacionales solicitan.

De los resultados que hemos obtenido podemos decir que el relacionarse y tener una organización llámese una alianza entre los productores se podrá llegar al éxito de satisfacer la demanda del mercado nacional ser más competitivo que es lo que se busca incentivando a la población del valle Huaura – Sayán , con ello podremos abarcar también al exterior , mercados como EEUU y JAPON , si bien es cierto un certificado de calidad no lo tenemos aún y la única carta que nos avala es la preferencia de nuestros clientes , sería muy importante cumplir los parámetros de calidad con una certificación quizá internacional para que nuestros costos suban más de lo que ya tenemos.

Morales (2015) en su tesis de licenciada titulada “Esquema de negocios para la producción, distribución y exportación de cuyes al mercado peruano”, concluyó que quiere dar a conocer el cuy ecuatoriano al mercado internacional y el mercado meta hoy en día es el Perú exportándolo en empaque vacío por la demanda que solicita el país, indica también que la presentación es importante para captar clientes recomienda que Ecuador a través de la CAN firme permisos zoosanitarios.

De los resultados obtenidos comenta que vienen empresarios ecuatorianos a comprar la producción nacional de cuy en gran cantidades que actualmente ellos no pueden cumplir , si bien es cierto solo saben cómo exportan los cuyes al exterior , también sabe cuáles son las presentaciones que se está enviando al mercado internacional en la actualidad el estado no apoya y se desconoce algún tratado o ley para la producción de cuy, comenta que la preferencia del mercado ecuatoriano es por la raza mejorada de cuy que hoy en día se llama raza Perú , deslizando a la raza criolla y andina.

Ramos, (2015). en su tesis de ingeniero Agroindustrial titulada “Plan de negocio para mejorar la crianza y comercialización de cuy (cavia porcellus) en la asociación de matrimonios en apoyo a jóvenes estudiantes de la periferia distrito de luya 2015 – 2018”

concluyo que actividad es la fuente principal de ingresos del distrito. El autor se basa indicando que este negocio es de carácter productivo, la parte comercial se trata de desarrollar en la parte de productores y también de la asociación, comercializadores y también para inversionistas privados o entidades públicas interesadas en el negocio del cuy. Se realizó un estudio contundente respecto a la realidad de la población y asociación el cual se llega a una verificación contundente donde se verifico con datos que la asociación está conformado por los pequeños y medianos productores los cuales tienen un aproximado de 260 madres llegando a tener así un nivel bajo de la capacidad de producción el cual según proyecciones tendría que albergar una población de más de 8000 cuyes, la asociación presenta bajo nivel de producción ya que carece de materiales de primera mano cómo tecnología , carece de vínculos con los mercados así también como apoyo de la región y del gobierno central, para ello se propone este plan de negocio por parte del autor el cual la metodología que se vendrá utilizando es referencia de expertos el cual se ha entrevistado en temas de producción , investigación de comercialización del cuy.

De los resultados obtenidos podemos comentar que inicio en el año 1998 y le regalaron un núcleo con 7 hembras reproductores y 1 macho llegando con ella a tener cerca de 10 000 cuyes los cuales son muy poco para satisfacer el mercado nacional, en el valle Huaura – Sayán es muy dependiente de la fábrica Andahuasi y la producción de azúcar , en la actualidad él depende de la producción de cuy y la agricultura ya que esta titulado como ingeniero agrónomo , estamos de acuerdo con lo que menciona Ramos(2015) ya que en la actualidad los productores de cuy están olvidado del gobierno central , falta el uso de tecnología que sería de mucho aporte para mejorar aún más la estructura de alimentación y con ello la genética del cuy podría mejorar en todo aspecto teniendo un aumento de la producción.

Díaz, (2014).en su tesis de Ingeniero Zootecnista titulada “Evaluación de la producción y comercialización de cuyes en el marco del proyecto “procuy” en el distrito del Mantaro – Jauja “” concluyo que dentro de los factores que influyen en la comercialización de cuyes en tres asociaciones de productores en el distrito de El Mantaro en el marco del proyecto “Procuy”, se identificaron los siguientes: el lugar de venta, donde el 100% lo realiza en la misma unidad de producción familiar; la forma de venta lo realizan en pie para carne el 83,50 % y algunos productores venden cuyes para cría de 16,50 %; siendo la cantidad de venta en promedio de 15,6 cuyes por mes con un precio promedio en pie

para carne de 15,6 soles y para cría de 5,75 soles, el proyecto va mejorando la comercialización del distrito con respecto a la comercialización de la carne de cuy en el distrito teniendo en cuenta el nivel de nutrición que tiene el cuy con respecto a la salud humana.

De los resultados obtenidos nos indica que para tener una rentabilidad es vender el cuy por unidad mas no por kilaje es ahí donde la rentabilidad es mucho mejor , los cuyes para crías el precio es totalmente distinto es por ello que las camadas de cuy son seleccionadas , para ventas , para reproducción , para cría y descarte , con Díaz discrepamos a que mercado va dirigido y el precio que viene otorgando en el mercado nacional para ello lo primero que debe es fortalecer las madres reproductoras y tener un orden como lo menciona Cárdenas (2018) para que el producto vea una rentabilidad mayor.

Ramos, (2015).en su tesis de Ingeniero Agroindustrial titulada “Determinación del grado de aceptabilidad de conservas de cuy (*cavia porcellus*) en presentaciones de salsa a la boloñesa, tomate y pachamanca en la ciudad de puno” , concluyo que los análisis sensoriales de las conservas a base de carne de cuy indica que la conserva de cuy en salsa de pachamanca presenta mejor aceptación en características sensoriales respecto al color, olor sabor y apariencia general con rangos establecidos de Friedman de 2.57, 2.77, 2.18 y 2.50 respectivamente, por lo que resulta el más resaltante para el consumo de la población por su aprobación, los consumidores de la ciudad de Puno determinaron que el 90% consumiría este producto por sus bondades nutricionales y fácil preparación.

De los resultados que obtenemos solo conocen la forma básica de venta de cuy así como también el empaque al vacío que generalmente se usa para fines de exportación y ventas en supermercados , ellos nos comentaron que han escuchado en una capacitación a groso modo que ahora se exporta en conservas pero que no saben qué tan rentable puede llegar a ser ello ya que se tienen que someter a temas de calidad que desconocen , así como también de cuan rentable puede ser este producto nuevo.

Robalino, (2015).en su tesis de Maestría en negocios internacionales y gestión del comercio exterior “Cría de cuy en el cantón salcedo de la provincia de Cotopaxi y su incidencia en la comercialización interna y exportación periodo 2008 – 2014 ” concluyo que en el mercado global desde hace pocos años, se conoce ya las bondades de la carne

de cuy y el de alimentarse sanamente, por lo que países como Perú, Bolivia, y Ecuador exportan en grandes cantidades la carne de cuy , lo que le genera confianza para llevar a cabo el proyecto y en futuro vender este producto a los países europeos.

De los resultados obtenidos nos comentan que los restaurant los cuales son sus clientes fijos de manera semanal el plus que ellos comentan son que la carne es muy nutritiva y cero colesterol que va más a las bondades de sector salud el cual va diferenciada a las demás carnes y generalmente los extranjeros buscan una alimentación sana y balanceada el cual se cumple con el consumo de cuy, con Robalino (2015) concordamos a lo mencionado los países que están dedicados a la crianza de cuy y exportación son los países andinos como Bolivia , Ecuador y Perú , generalmente los países de Bolivia y Ecuador están a la crianza del cuy andino como linaje principal mientras el Cuy peruano con la nueva tendencia en el mejoramiento de la raza ha puesto a disposición la raza y línea Perú que genéticamente distribuye más carne a los clientes generando así una demanda mayor en los mercados.

V. CONCLUSIONES

Los factores del perfil de producción de cuy del valle Huaura – Sayán han contribuido de la siguiente manera:

El factor Económico si tiene mucha influencia y contribuye al desarrollo de la producción porque cuando tienen plagas las cuales hacen perder mucha inversión y la producción suele ser muy baja, incluso llegando a perder todo lo invertido en la producción, considerando que por estos y algunos otros factores no satisfacer la necesidad del mercado nacional, generando así que no se abastezcan para incursionar al exterior a través de las exportaciones.

El Factor Psicológico es muy influyente en la población del valle Huaura – Sayán ya que son pocas las personas que quieren ingresar al negocio de producción de cuy teniendo el lugar propicio para la crianza y producción de la misma , tanto es ello que los productores al no colmar la demanda del mercado nacional incentiva a la comunidad a incursionar regalando a aquellas personas animadas a este negocio los cuyes reproductores para poder así formar una sociedad en el valle Huaura – Sayán, pero muchos no se arriesgan por el tema de perderlo todo en el intento, como algunas personas no se sienten en la capacidad de intentarlo .

El factor Socio-Cultural es muy importante para el desarrollo ya que actualmente no se tienen el apoyo del gobierno regional y mucho menos de instituciones que contribuyan al desarrollo del valle Huaura – Sayán , ya que son los propios productores que invierten su tiempo, dinero en sus capacitaciones o entre ellos mismo comparten sus conocimientos.

El factor gerencial tiene mucho que ver porque este negocio necesita mucho de personas innovadoras ya que es un producto que con el tiempo va aprendiendo cosas nuevas y si no innovas te vas quedando y sobre todo que aún no usan la tecnología que podría ser de mucha ayuda en este negocio, como lo viene realizando en Huancayo los productores de cuy en la alimentación mejorando su forraje.

I. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda un cuidado máximo en los meses de enero, febrero y marzo el motivo es por la higiene del producto ya que una plaga en esos meses sería algo fatal y acabaría con el núcleo de Padrillos reproductores.
2. Se recomienda iniciar con una cantidad de cuyes entre 30 a 50 cuyes para iniciar ya que no se tendrá una experiencia rápida que es lo más recomendable.
3. Se tiene que tener un espacio recomendado para la construcción de galpones donde el clima sea bueno como lo tiene el Valle Huaura – Sayán , el cual tenga ventilación y drenajes para la alimentación del cuy.
4. Se recomienda contar con investigaciones para la alimentación balanceada de cuy sin perder el sabor de la carne.
5. La comercialización debe estar contemplada por canales de distribución previamente analizada y proyectada.
6. Se recomienda que las madres reproductoras de cuy como máximo solo puedan traer como mucho 3 camadas o temporadas para conservar la genética de la carne de cuy para que luego pase a descarte como parte de innovación.
7. Se propone crear una alianza estratégica entre los criadores de la zona para la creación de una granja con proyectos estables y ser presentada al estado o empresas privadas como universidades para la capacitación propia del productor o apoyo con fines de investigación.

V. BIBLIOGRAFIA

Diaz, A. (2014). Evaluación de la producción y comercialización de cuyes en el marco de proyecto “procuy en el distrito de Mantaro – Jauja”. (tesis de licenciatura). Universidad Nacional del centro del Perú. Perú

Adam Smith (1776) Teoría de Ventaja Absoluta, recuperado de: <http://www.ventosa-santaularia.com/Clasicos.pdf>.

Aliaga, B. (2016). Organización de la cadena de productiva del cuy en el valle del Mantaro proyectado al mercado nacional como internacional. (Tesis doctoral). Universidad Ricardo Palma. Perú

Barisov, Zhamin y Makatova (1965) Diccionario de economía y política. Recuperado de: <http://www.eumed.net/coursecon/dic/bzm/e/exporta.htm>.

Carrasco, D. (2007). Metodología de la Investigación Científica. Peru: San Marcos.

Coase, R. (1937). The nature of the firm. *Económica*, 4(16).

David McClelland (1989) Estudio de la motivación humana disponible en <https://psicuagtab.files.wordpress.com/2012/06/mcclelland-david-estudio-de-la-motivacion-humana.pdf>.

Drucker, Peter Ferdinand.(1987). La innovación y el empresario innovador: la práctica y los principios, 307 p, recuperado de [https://www.biblio.uade.edu.ar/client/es_ES/biblioteca/search/detailnonmodal/ent:\\$002f\\$002fSD_ILS\\$002f0\\$002fSD_ILS:245130/ada?qu=INNOVACIONES&ic=true&te=ILS&ps=300](https://www.biblio.uade.edu.ar/client/es_ES/biblioteca/search/detailnonmodal/ent:$002f$002fSD_ILS$002f0$002fSD_ILS:245130/ada?qu=INNOVACIONES&ic=true&te=ILS&ps=300).

Drucker, Peter (1909 – 2005). Perfil de un emprendedor. Recuperado de <https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/descubra-cual-es-el-perfil-de-un-emprendedor-de-exito-2/>.

Djankov, S.; Qian, y Roland, G., y Zhuravskaya, E. (2006). Who are China's entrepreneurs, *American Economic Review*, 96(2), 348-352.

E.F.Borisov, V.A. Zhamin,M.F. Makarova y otros (2009) Diccionario de la Economía Política disponible en <http://mijangos.byethost5.com/biblioteca/001diccionario.pdf?i=1>.

Garrido (2006). Libro de Sociopsicología del trabajo. <https://www.marcialpons.es/libros/sociopsicologia-del-trabajo/9788497883214/>

Ricardo, D. (1866). Los principios de economía política y tributación. Recuperado de <http://lib.ugent.be/europeana/900000136344>.

Hernandez R. (2014). Metodología de la investigación. (6ª ed.) México: Editorial. San Marcos. Editorial. Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.

Henri Fayol (1916), Bases de la administración disponible en <https://www.gestiopolis.com/las-bases-de-la-administracion-segun-henri-fayol/>

Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación.(6º ed.) Editorial: Interamericana Editores S.A.

Kirzner, I. M. (1979). Perception, opportunity and profit: Studies in the theory of entrepreneurship. The university of Chicago Press.

Lerma, A. y Márquez, E. (2010). Comercio y Marketing internacional. (4.a ed.).México: Cengage Learning Editores.

Leibenstein, H. (1968). “Entrepreneurship and Development”, American Economic Review, 58:2, mayo (pp. 72-83)

Morales, B. (2012) Tesis “Esquema de negocios para la distribución, distribución y exportación de cuyes al mercado peruano” de la Universidad de las Américas de Ecuador.

Michael Porter (1980) libro Ventaja comparativa / competitiva disponible en <http://v-beta.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>

North, D. (1990). Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Nicholas Carr (2008) Libro The Big Switch: Rewiring the World, disponible <http://asociacioneuc.org/documentos/docsEUCs/62EUCNicholasCarr.pdf>.

Ramos, E. (2015) tesis “Plan de negocio para mejorar la crianza y comercialización de cuy (cavia porcellus) en la asociación de matrimonios en apoyo de jóvenes estudiantes de la periferia del distrito de luya 2015- 2018” de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Ramos, M. (2015) tesis “Determinación del grado de aceptabilidad de conservas de cuy en presentaciones de salsa a la boloñesa , tomate y pachamanca en la ciudad de puno” de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

Robert Kiyosaki (2000) Padre rico Padre pobre disponible en <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/LYM/padre-Rico-Pobre.pdf>.

Robalino, K. (2014) tesis “La crianza de cuy en el cantón Salcedo de la provincia de Cotopaxi y su incidencia en la comercialización interna y exportación periodo 2008 – 2014”, Universidad de Guayaquil.

Rosales, J. (2000) Elementos de Microeconomía (1°ed.). Costa Rica, Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Robert Kiyosaki (2000) Padre rico Padre pobre disponible en <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/LYM/padre-Rico-Pobre.pdf>.

Schumpeter, J. (1961). Entrepreneurial profit: The theory of economic development. Harvard University Press, 4,128–156.

Smith, A. (1776). The Wealth of Nations. Recuperado de https://en.wikisource.org/wiki/The_Wealth_of_Nations.

Sharma, P., y Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 23(3), 11-27.

Vargas, B., X. (2011). ¿Cómo hacer investigación cualitativa? Jalisco, México: ETXETA.

Valderrama, S. (2002). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica.(2ª ed.) Perú: Editorial. San marcos.

Veciana, J. M. (1999). La creación de empresas: Un enfoque empresarial. Colección Estudios Económicos, 33.

V. ANEXOS

ANEXO 1 : Matriz de Categorización

Título: PERFIL DE LOS PRODUCTORES DE CUY CON FINES DE EXPORTACION DEL VALLE HUAURA – SAYÁN ,2018

OBJETO DE ESTUDIO	PROBLEMA DE INVESTIGACION	PREGUNTAS DE INVESTIGACION ESPECIFICOS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	CATEGORIAS	SUB –CATEGORIAS
"Productores de cuy"	¿Cómo los factores del perfil de los productores han contribuido a la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018?	¿Es el factor económico determinante para el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán, 2018?	Determinar cómo los factores del perfil de producción de cuy han contribuido con los fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018	Determinar si el factor económico contribuye el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018	Económico	Inversión
						Ganancia
		¿Es el factor psicológico determinante para el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán, 2018?		Determinar si el factor psicológico contribuye en el desarrollo de los productores de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018	Psicológico	Tolerancia al riesgo
						Necesidad de logro
		¿Es el factor sociocultural determinante para el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán, 2018?		Determinar si el factor sociocultural contribuye al desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018	Socio cultural o del entorno	Institucional
						Político
		¿Es el factor gerencial determinante para el desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán, 2018?		Determinar si el factor gerencial contribuye al desarrollo de la producción de cuy con fines de exportación del valle Huaura – Sayán ,2018.	Gerencial	Innovación
						Proceso y tecnología

ANEXO 2: Guía de la Entrevista

Variable	Categorías	Sub-Categorías	Preguntas Orientadas
PERFIL DEL PRODUCTOR DE CUY	Perfil Económico	Inversión	1. Usted se ha capacitado de manera personal en la crianza de cuy Comente brevemente. 2. ¿Qué entiende por exportación? Explique su respuesta. 3. ¿Si pudiera exportar su producto en que cree usted se podría beneficiar? Explicar
		Ganancia	4. Puede explicarme desde sus inicios cuanto ha crecido su negocio. 5. En algún momento usted así financiado por un banco u otra identidad, explíqueme. 6. ¿Considera usted que los precios que percibe por la venta de sus productos son justos y alcanzan para cubrir sus necesidades? Detalle brevemente. 7. Detalle brevemente la calidad de vida que goza y brinda a su familia.
		NECESIDAD DE LOGRO	8. ¿Cómo se inició en la crianza de Cuy? 9. ¿Qué le gustaría lograr a través de la producción de cuy? Explique.

	Perfil Psicológico		<p>10. Escucho el término emprendedor. ¿Se considera usted un emprendedor? Explique.</p> <p>11. ¿Cómo se siente con respecto a los logros obtenidos a lo largo de todo el tiempo que se ha dedicado a la crianza y comercialización del cuy? Explique.</p>
		TOLERANCIA AL RIESGO	<p>12. ¿Qué amenazas percibe usted que pueden afectar a su actividad?</p> <p>13. ¿Ha pasado por momentos de crisis en su actividad como productor? Explique cómo ha superado esta situación.</p> <p>14. ¿Considera usted que los métodos utilizados en la crianza y cuidado puedan ser mejorados? Explique.</p>
	Perfil Socio Cultural	POLÍTICO	<p>15. Según su percepción, ¿El estado peruano favorece a los productores de cuy del valle Huaura-Sayán en el aspecto económico, educativo y legal? Explique detalladamente su respuesta.</p> <p>16. Según su percepción, ¿La Región Lima apoya a los productores de Cuy? Detalle su respuesta.</p> <p>17. ¿Conoce usted algún decreto o ley a favor de los productores del cual usted pueda apoyarse como empresario? Explique.</p>
			<p>18. Como es su relación con los demás productores.</p>

		INSTITUCIONAL	<p>19. ¿Existió en el pasado o existe actualmente alguna iniciativa de realizar una alianza entre productores de cuy? Explique brevemente.</p> <p>20. ¿Cuáles son sus clientes directos y como es su relación con ellos? Comente brevemente.</p> <p>21. ¿Qué relevancia tiene en su vida el ser un productor de cuy y de qué manera cree usted que su actividad impacta en la calidad de vida de su comunidad?</p>
	Perfil Gerencial	Innovación	<p>22. ¿Ha escuchado el término de innovación ¿y según usted que innovación a utilizado en la producción de cuy? Explique.</p> <p>23. ¿cómo se ve usted de aquí a un futuro, cuál es su aspiración? Describa brevemente.</p>
		Proceso y Tecnología	<p>24. Según su criterio, ¿De qué manera el incorporar tecnología a sus procesos de crianza, reproducción y alimentación puede mejorar la calidad de sus productos?</p> <p>25. En la actualidad sus procesos de crianza, reproducción y alimentación como lo está realizando.</p> <p>26. ¿Qué entiende usted por certificaciones de calidad, ¿tiene alguna de ellas? Detalle.</p>

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: COSIO BORDA, RICARDO FERNANDO
 I.2. Especialidad del Validador: NEGOCIOS INTERNACIONALES
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DIRECTOR, UCV
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					/
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					/
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					/
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					/
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					/
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					/
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					/
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					/
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					/
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					/
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

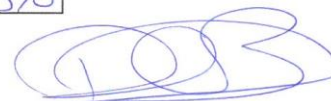
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Los Olivos, ____ de _____ del 2018.



Firma de experto informante

DNI: 70586255

Teléfono: 98 333 9857

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: PERFIL DE PRODUCTOR

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	/		
Ítem 23	/		
Ítem 24	/		
Ítem 25	/		
Ítem 26	/		



Firma de experto informante

DNI: 70886255

Teléfono: 985339857

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MICHA MAQUINA MARY HELLEN
 I.2. Especialidad del Validador: DCA ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE UCV
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado			✓		
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica			✓		
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables			✓	✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.			✓		
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75%

Los Olivos, 4 de 12 del 2018.

.....
 Firma de experto informante

DNI: 41473652

Teléfono: 995801026

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: PERFIL DE PRODUCTOR

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
Ítem 19			
Ítem 20			
Ítem 21			
Ítem 22			
Ítem 23			
Ítem 24			
Ítem 25			
Ítem 26			



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995807023



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MARCONADO CUEVA Percy David
- I.2. Especialidad del Validador: Magister EN COMERCIO INTERNACIONAL Y ADUANAS
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Magister EN COMERCIO INTERNACIONAL Y ADUANAS
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: ENTREVISTA
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						✓

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....
ninguna
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95/

Los Olivos, 30 de Noviembre del 2018.

Firma de experto informante

DNI: 41380193

Teléfono: 986403281

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: PERFIL DE PRODUCTOR

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		
Ítem 26	✓		



Firma de experto informante

DNI: 41380193

Teléfono: 986403288

Entrevista 1: Miguel Romero

Perfil Económico:

1. Usted se ha capacitado de manera personal en la crianza de cuy Comente brevemente.
Si constantemente me trata de actualizar hay varias de la Ing. Lidia Chauca de la INIA, asistía mucho a la universidad agraria.
2. ¿Qué entiende por exportación? Explique su respuesta.
Si sé que es exportación pero nosotros no abarcamos aun el mercado local.
3. ¿Si pudiera exportar su producto en que cree usted se podría beneficiar? Explicar.
Más que todo el precio ya que si yo aquí en el mercado local yo invierto en crianza de un cuy entre 3 a 5 soles y yo lo vendo a 10 u 11 nuevos soles teniendo un margen de ganancia considerable.
4. Puede explicarme desde sus inicios cuanto ha crecido su negocio.
Si creció muchos solo empecé con 8 cuyes y llegue a tener 1500 madres y me ayudo que vendía muchos reproductores mis ingresos son muy buenos
5. En algún momento usted así financiado por un banco u otra identidad, explíqueme.
Si, vengo trabajando con cajas como ejemplo Sullana
6. ¿Considera usted que los precios que percibe por la venta de sus productos son justos y alcanzan para cubrir sus necesidades? Detalle brevemente.
Si donde ganaba mas era en venta de reproductores donde mi margen era 80% al 100% y es muy rentable
7. Detalle brevemente la calidad de vida que goza y brinda a su familia.

De lo que empecé a lo que tengo, creció mucho ya tengo familia y compre propiedades y ahora mi foco está en mi carrera.

Perfil Psicológico:

8. ¿Cómo se inició en la crianza de Cuy?

Ah bueno yo inicie más o menos en los años 98ya, ósea 1998 por intermedio de una amiga ingeniera que trabajaba para una municipalidad de aucallama y me regalo un núcleo de cuy el cual consistía en 7 hembras reproductoras y un macho fueron los primeros cuyes que llegaron al valle Huaura – Sayán y así empezamos

9. ¿Qué le gustaría lograr a través de la producción de cuy? Explique.

Generarme un ingreso por parte del negocio para mí y mi familia incluso en ese entonces estaba estudiando y con ello pague mi carrera de ingeniero en la universidad.

10. Escucho el término emprendedor. ¿Se considera usted un emprendedor? Explique.

Sí, siempre creo yo las cosas que eh logrado hasta ahora es por emprender y la actitud que uno tiene para esas cosas.

11. ¿Cómo se siente con respecto a los logros obtenidos a lo largo de todo el tiempo que se ha dedicado a la crianza y comercialización del cuy? Explique.

Gracias a este negocio el logro más grande fue pagar mi carrera y haber acabado en la ciudad de huacho, que es el logro más grande que me otorgo el negocio.

12. ¿Qué amenazas percibe usted que pueden afectar a su actividad?

Si el tema sanitario ya que no es un tema definido ya que no hay mucha investigación solo es buscar espacio y estar moviendo limpiando para evitar una infestación.

13. ¿Ha pasado por momentos de crisis en su actividad como productor? Explique cómo ha superado esta situación.

Nosotros en la primera etapa para aprender el manejo no era como el tradicional de que un cuy te cubra un numero de madres, una vez que aplicábamos un poco más de técnica poníamos 10 madres y un cuy reproductor y se reproducía mas parejo , el desteté y las condiciones de la crianza.

14. ¿Considera usted que los métodos utilizados en la crianza y cuidado puedan ser mejorados? Explique.

Claro yo creo que si constantemente uno va buscando a diario de mejorar las cosas ya que no hay nada dicho en la crianza de cuy no hay nada establecido uno aprende día a día.

Perfil Socio-cultural

15. Según su percepción, ¿El estado peruano favorece a los productores de cuy del valle Huaura-Sayán en el aspecto económico, educativo y legal? Explique detalladamente su respuesta.

No para nada hubo varias iniciativas pero quedo hay nada más.

16. Según su percepción, ¿La Región Lima apoya a los productores de Cuy? Detalle su respuesta.

No, poco.

17. ¿Conoce usted algún decreto o ley a favor de los productores del cual usted pueda apoyarse como empresario? Explique.

No para el tema de crianza desconozco el tema, solo conozco más de temas agrícolas, igual debería ser en el cuy pero será a largo plazo.

18. Como es su relación con los demás productores.

Yo trate de incentivar al pueblo de una u otra forma se cree un ingreso económico, como una fuente de trabajo en la zona , que sucede que cuando fuimos a buscar mercado fue en la campaña de huacho y no abarcábamos y por eso incentivamos a los pobladores, ya que no podíamos ni cumplir semanalmente.

19. ¿Existió en el pasado o existe actualmente alguna iniciativa de realizar una alianza entre productores de cuy? Explique brevemente.

Se formó si una asociación con la región en la pampa de Santa Elvira se hicieron los galpones y tenía que hacerse sistemas pero las personas no participaban.

20. ¿Cuáles son sus clientes directos y como es su relación con ellos? Comente brevemente.

Si son de las mejores ya que se cumplía lo solicitado en el tiempo estimado, y nos recomendaban.

21. ¿Qué relevancia tiene en su vida el ser un productor de cuy y de qué manera cree usted que su actividad impacta en la calidad de vida de su comunidad?

Es una crianza bien sacrificaba, por la falta de trabajo por la estabilidad económica y esto puede ser tu salvaguarda.

Perfil Gerencial

22. Ah escuchado el termino de innovación ¿y según usted que innovación a utilizado en la producción de cuy? Explique.

Innovaron de trabajar cuy en suelo lo cambiamos a jaula

23. ¿cómo se ve usted de aquí a un futuro, cuál es su aspiración? Describa brevemente.

Que crezca y como profesional que tengo es un objetivo grande de ser reconocido en la zona.

24. Según su criterio, ¿De qué manera el incorporar tecnología a sus procesos de crianza, reproducción y alimentación puede mejorar la calidad de sus productos?

Más que todo solo es incentivar a la crianza lo que necesitamos en la zona el crecer la producción y actualmente la tecnología aun no la tenemos.

25. En la actualidad sus procesos de crianza, reproducción y alimentación como lo está realizando.

La forma más normal con el forraje y agua.

26. Que entiende usted por certificaciones de calidad, ¿tiene alguna de ellas? Detalle.
Son certificaciones de alto calibre y ser muy conocido con ellos ya que cumplimos normas, en la actualidad no cuento con ninguno de ello.

Entrevista 2: Hernán Chileno

Perfil Económico:

1. Usted se ha capacitado de manera personal en la crianza de cuy Comente brevemente.
Si todo por mis propios métodos
2. ¿Qué entiende por exportación? Explique su respuesta.
Es a lo que aspiramos para mejorar mi ingreso económico y fortalecer las relaciones fuera pero de momento no colmamos el mercado nacional.
3. ¿Si pudiera exportar su producto en que cree usted se podría beneficiar? Explique
Me ayudaría muchísimo en ganancias (ingresos) para apoyar más a mi familia.
4. Puede explicarme desde sus inicios cuanto ha crecido su negocio.
A cambiado mucho con 4000 madres reproductora y tenemos que estar al día, tengo una fuente de trabajo para uno mismo,
5. En algún momento usted así financiado por un banco u otra identidad, explíqueme.
Cuando recién inicie si tuve que ir con las cajas una de ellas caja Sullana.
6. ¿Considera usted que los precios que percibe por la venta de sus productos son justos y alcanzan para cubrir sus necesidades? Detalle brevemente.
El precio no es malo y tampoco es excelente pero está en lo dable para sustentarse día a día.

7. Detalle brevemente la calidad de vida que goza y brinda a su familia.
Es la mejor gracias a este negocio sin que le falte a mis hijas para los estudios y me compre el carro.

Perfil Psicológico:

8. ¿Cómo se inició en la crianza de Cuy?
Yo me inicia tenía poca cantidad entre 100 150 cuy, con el conocimiento que fui adquiriendo nuevos productos mejorados con eso incremento mi crianza.
9. ¿Qué le gustaría lograr a través de la producción de cuy? Explique.
Crear una fuente de trabajo para mí mismo, ya que el trabajo es escaso en el valle Huaura- Sayán y con ello mejorar mi nivel de vida.
10. Escucho el término emprendedor. ¿Se considera usted un emprendedor?
Explique.
Sí, claro que si me considero una persona emprendedora y está en crecimiento ya que este negocio si genera rentabilidad y como todo negocio se tiene que capacitar.
11. ¿Cómo se siente con respecto a los logros obtenidos a lo largo de todo el tiempo que se ha dedicado a la crianza y comercialización del cuy? Explique.
Tengo un trabajo gracias a este negocio, en la actualidad tengo un buen producto y de calidad, a eso demuestra a los concursos que eh ganado.
12. ¿Qué amenazas percibe usted que pueden afectar a su actividad?
Expuestos a una mortandad que es fuerte este negocio crece rápido y tenemos que capacitarnos dos o tres días te tumbo el negocio asi como también los elementos de afuera como roedores y animales externos.
13. ¿Ha pasado por momentos de crisis en su actividad como productor? Explique cómo ha superado esta situación.

La falta de conocimiento y capacitación me toco una mortandad en mis inicios que me perjudico muchísimo, me ataco la salmoledozis cuando no estas capacitado esto ocurre por mala alimentación y la higiene, hoy en dia ya se mucho tenemos que ver la temperatura y se tienen que inyectarlos.

14. ¿Considera usted que los métodos utilizados en la crianza y cuidado puedan ser mejorados? Explique.

Claro que si cada dia la tecnología avanza las líneas se van mejorando siempre uno busca aprender , por ejemplo antes sacaba un producto y demoraba más de dos meses pero con capacitaciones con alimentación balanceada me hace que mi producto se termine en menos de dos meses.

Perfil Socio-cultural

15. Según su percepción, ¿El estado peruano favorece a los productores de cuy del valle Huaura-Sayán en el aspecto económico, educativo y legal? Explique detalladamente su respuesta.

No uno invierte por sus propios recursos

16. Según su percepción, ¿La Región Lima apoya a los productores de Cuy? Detalle su respuesta.

Muy poco eh asistido a la INIE de Huaral o la universidad Agraria.

17. ¿Conoce usted algún decreto o ley a favor de los productores del cual usted pueda apoyarse como empresario? Explique.

No, desconozco.

18. Como es su relación con los demás productores.

Nuestra relación es buena hacemos intercambios de modo de crianza entre los criadores ya que no tenemos estudios o investigaciones por otra persona.

19. ¿Existió en el pasado o existe actualmente alguna iniciativa de realizar una alianza entre productores de cuy? Explique brevemente.

Antes no había, en la actualidad tratamos de tener alianzas intercambiando reproductores de Huaral, Barranca y Paramonga.

20. ¿Cuáles son sus clientes directos y como es su relación con ellos? Comente brevemente.

Si es buena tanto que ellos me recomiendan y me prefieren en la compra del producto.

21. ¿Qué relevancia tiene en su vida el ser un productor de cuy y de qué manera cree usted que su actividad impacta en la calidad de vida de su comunidad?

En lo personal tengo una fuente de trabajo y satisfecho de haber logrado un producto de calidad y ser reconocido por nuestros clientes.

Y cuando participamos en concursos que participo la zona se va conociendo,

Perfil Gerencial

22. Ah escuchado el termino de innovación ¿y según usted que innovación a utilizado en la producción de cuy? Explique.

Claro que sí, la innovación que hicimos es generar una línea diferenciada con la raza Perú usando un buen forraje con alimento balanceado.

23. ¿cómo se ve usted de aquí a un futuro, cuál es su aspiración? Describa brevemente.

La aspiración que tengo de manera personal es exportar en cantidades nuestro producto.

24. Según su criterio, ¿De qué manera el incorporar tecnología a sus procesos de crianza, reproducción y alimentación puede mejorar la calidad de sus productos?

Claro que si todo va de la mano, en la actualidad no contamos nos hablaron productores de cañete que usan tecnología con el consumo de agua por chupon que les viene funcionando.

25. En la actualidad sus procesos de crianza, reproducción y alimentación como lo está realizando.

El proceso es el tradicional.

26. Que entiende usted por certificaciones de calidad, ¿tiene alguna de ellas? Detalle,

Es algo muy importante que nos acostumbraría a elevar los costos del producto final , en la actualidad no contamos con ninguna de ellas.

Entrevista 3: Fidela Cárdenas

Perfil Económico:

1. Usted se ha capacitado de manera personal en la crianza de cuy Comente brevemente.

Si, invertía para la capacitación en la universidad agraria y compartía los conocimientos de otros productores.

2. ¿Qué entiende por exportación? Explique su respuesta.

Se poco, imagino que es vender el cuy a otro país con ciertos acuerdos.

3. ¿Si pudiera exportar su producto en que cree usted se podría beneficiar? Explicar.

Me beneficiaría en mucho y apoyaría a mis nietos a la familia para que se preparen y no viajen fuera del país.

4. Puede explicarme desde sus inicios cuanto ha crecido su negocio.

Creció muchísimo gracias a la iniciativa de otros productores que me incentivaron a este producto del cuy como ingreso iniciando con 5 cuyes y en la actualidad estaré con 1000 cuyes.

5. En algún momento usted así financiado por un banco u otra identidad, explíqueme.

Si a través de las cajas como Sullana, del cual soy ahora cliente.

6. ¿Considera usted que los precios que percibe por la venta de sus productos son justos y alcanzan para cubrir sus necesidades? Detalle brevemente.

En la actualidad creemos que si ayuda a mi alimentación diaria y apoyarme para mi vida diaria.

7. Detalle brevemente la calidad de vida que goza y brinda a su familia.
Ni buena ni mala ya que me da para sobrevivir ya que por lo menos pago mis gastos.

Perfil Psicológico:

8. ¿Cómo se inició en la crianza de Cuy?
A iniciativa de los pobladores del valle Huaura – Sayán los cuales me enseñaron técnicas de crianza y alimentación del cuy.
9. ¿Qué le gustaría lograr a través de la producción de cuy? Explique.
Me gustaría que sea más conocido y con ello tener un negocio estable y más grande que sé que se puede lograr.
10. Escucho el término emprendedor. ¿Se considera usted un emprendedor?
Explique.
Si solo lo escuché mas no tengo un concepto fijo, considerarme tengo dudas pero debe ser como mandarse a algo nuevo si es así pues si me considero.
11. ¿Cómo se siente con respecto a los logros obtenidos a lo largo de todo el tiempo que se ha dedicado a la crianza y comercialización del cuy? Explique.
Me siento bien pero creo que aun puedo conseguir más cosas ya que recién estoy comenzando en este negocio y creo que me ira bien.
12. ¿Qué amenazas percibe usted que pueden afectar a su actividad?
Creo que la contaminación, hasta el momento no me ha sucedido nada ya que me han estado apoyando en cierto sentido con respecto a la higiene del cuy.
13. ¿Ha pasado por momentos de crisis en su actividad como productor? Explique cómo ha superado esta situación.

Por el momento todavía no como te comento recién estoy empezando y esperemos que no nos pase nada.

14. ¿Considera usted que los métodos utilizados en la crianza y cuidado puedan ser mejorados? Explique.

Yo creo que si se pueden mejorar antes yo solo criaba los cuyes andinos ahora son otros tipos de cuyes más grandes más fuertes.

Perfil Socio-cultural

15. Según su percepción, ¿El estado peruano favorece a los productores de cuy del valle Huaura-Sayán en el aspecto económico, educativo y legal? Explique detalladamente su respuesta.

No de momento nadie se preocupa por los productores de cuy.

16. Según su percepción, ¿La Región Lima apoya a los productores de Cuy? Detalle su respuesta.

Tampoco no se preocupan como te comente solo uno mismo hace su inversión.

17. ¿Conoce usted algún decreto o ley a favor de los productores del cual usted pueda apoyarse como empresario? Explique.

La verdad que no le mentiría si le comento, ya que ni el estado nos dice nada como si no existiéramos.

18. Como es su relación con los demás productores.

Es la mejor como le comente a mí me han incentivado en criar para tener un ingreso extra pero es muy sacrificado ya que tengo que estar mucho tiempo dedicado a los galpones de cuy.

19. ¿Existió en el pasado o existe actualmente alguna iniciativa de realizar una alianza entre productores de cuy? Explique brevemente.

Desconozco ello,

20. ¿Cuáles son sus clientes directos y como es su relación con ellos? Comente brevemente.

Son Restaurantes de la campiña de huacho y la relación es buena ya que no le faltamos con los pedidos.

21. ¿Qué relevancia tiene en su vida el ser un productor de cuy y de qué manera cree usted que su actividad impacta en la calidad de vida de su comunidad?

Desde que me eh metido a esta actividad ha cambiado mi vida mucho a comparación de antes con miedo me metí a esto y si la comunidad participara creo que sería mucho mejor y no dependeríamos de la agricultura.

Perfil Gerencial

22. Ah escuchado el termino de innovación ¿y según usted que innovación a utilizado en la producción de cuy? Explique.

La verdad que no.

23. ¿cómo se ve usted de aquí a un futuro, cuál es su aspiración? Describa brevemente.

Poder ser más conocido y formar una empresa que mis hijos lo puedan seguir para su futuro.

24. Según su criterio, ¿De qué manera el incorporar tecnología a sus procesos de crianza, reproducción y alimentación puede mejorar la calidad de sus productos?

Yo creo que mejoraría mucho pero no sé cómo usarla jaja pero si sería muy bueno ya que la tecnología cada vez mejora mucho y avanza.

25. En la actualidad sus procesos de crianza, reproducción y alimentación como lo está realizando.

Según lo que me han venido explicando con forraje.

26. Que entiende usted por certificaciones de calidad, ¿tiene alguna de ellas? Detalle

Debe ser algo que piden para el consumo humano y que no es dañino para la salud pero como vera el habita es el mejor y natural.

Anexo 3: Producto

Es una clase de roedor conocido con los nombres de Cuy, kiwi, conejillo de indias, Cobayo, ccoy. Que es oriundo de la región andina del Perú y algunos países vecinos de Sudamérica como son los casos de Bolivia y Ecuador.

Existen evidencias que hace unos 3500 A.C. el cuy fue criado en la región andina del Perú ya que se encontraron restos de animales en los pobladores antiguos del Perú, actualmente existe 26 tipos de especies en Sudamérica de este tipo de roedor, a raíz de la conquista española al imperio incaico muchos cronistas escribieron sobre la importancia del cuy en la dieta que tenía el imperio incaico.

Las principales razas de cuy con el que cuenta el Perú son 3 una es la Raza Perú, la otra la Raza Andina, Línea Inti.

Nuestro país cuenta con 22 millones de cuyes seguido por Ecuador con 11 millones y Bolivia con 6 millones así como también Colombia tiene crianza de cuy el cual tiene una representación de 4 millones.

En el Perú por parte del Ministerio de Agricultura y riego (MINAGRI) se fomenta su consumo para ello ha sido creado el día Nacional del Cuy el cual es en el mes de octubre y es cada segundo viernes, El cuy es considerado para nuestra nación como patrimonio Natural de la Nación.

Porque es importante y se resalta mucho esto de las propiedades que tiene el cuy primero por su excelente sabor y suavidad, y tiene una excelente calidad y gran cantidad en proteínas (20.3%), bajo contenido de grasa, es de fácil digestión, tiene el menor colesterol que otros tipos de carnes, tiene alta concentración de colágeno que nos ayuda a la coagulación de sangre y ayuda a controlar las células cancerígenas.

Fuente: MINAGRI (Ministerio de agricultura y riego)

Anexo 4: Forraje

Es la hierba verde o seca que se da al ganado para alimentación, "tiene una corta estación vegetativa que se aprovecha para el cultivo de forrajes que permiten el mantenimiento del ganado en la estación muerta".



Uso correcto de alimentación mediante el forraje

Anexo 5: Tipos de Cuyes en el Perú

En el Perú tenemos una cierta variedad de cuy que con el tipo se han ido mejorando según INIA (Instituto Nacional de Investigación agraria) se conoce los siguientes:

- Perú
Puede alcanzar en 8 semanas un peso de 1 kilo y es la línea más pedida para los restaurantes.
- Andina
De crianza en la parte andina del Perú generalmente (corral) nacen de por parto de 3 a 4 crías.
- Inti
Es una raza generalmente usada para términos reproductivos alcanzan un buen peso.
- Iterracional
Son de talla y peso realmente muy cortos.

Anexo 6:Fotos de Entrevista



Foto Con el señor Miguel Romero Productor de Cuy del Valle Huaura – Sayán
(entrevistado)



Foto con la señora Fidela Cardenas Productora de Cuy del Valle Huaura – Sayán
(entrevistada)



Foto del señor Hernan Chileno productor de Cuy del valle Huaura – Sayán (Entrevistado)

Anexo 7: Promperú



promperú
COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

Herramientas y Servicios para el Exportador

Home > consultas > ranking x países x partida

| [Ranking de Países](#) | [Ranking de Partidas](#) | [Exploración por Países](#) | [Exploración por Partidas](#) |

**Detalle de Exportación por:
Partida / Países
en el Periodo elegido**

(Cifras actualizadas al 29/10/2018)

Partida : Partida: LAS DEMÁS CARNES Y DESPOJOS COMESTIBLES , FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS Fecha Ini/Fin.: 01.01.1998 / 31.12.9999

Año : 2018 Mes : Todo el año Ordenado por : Valor FOB

Consultar

total de países: 1

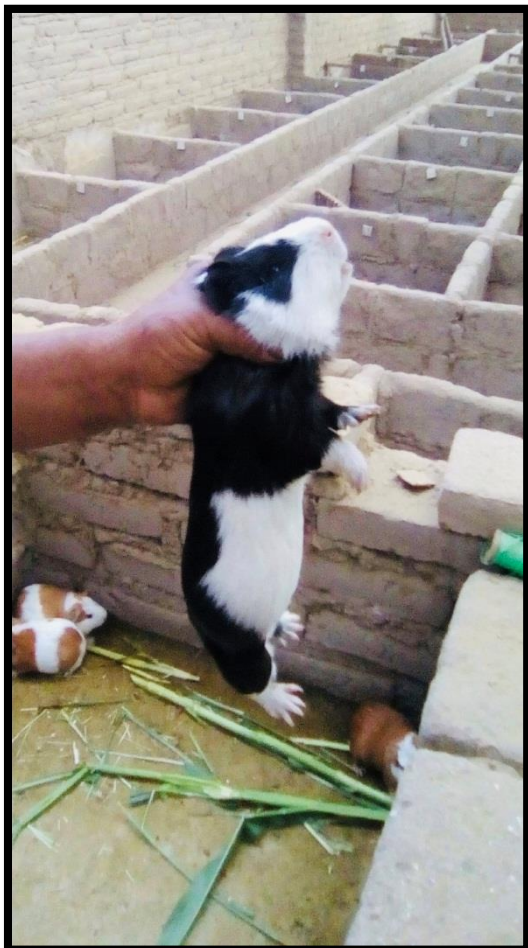
#	Código País	País	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	US	Estados Unidos	7,446.24	96,240.26
TOTAL LISTADO			7,446.240	96,240.26
			Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
Total período: Año 2018 Mes: Todo el año			7,446.240	96,240.26
Total de la Consulta			7,446.240	96,240.26
Contribución : Total listado / Total período * 100			100.0000%	100.0000%

(Cifras actualizadas al 29/10/2018)

promperú
COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU
Copyright (C) 2011

Último reporte de Promperú sobre las exportaciones de Cuy al mercado de EEUU, cifra actualizada hasta el 29/10

Anexo 8: Fotos Sobre el cuy (Crianza)



Tipos de Cuyes para la comercialización (Línea Perú)



Galpones para la crianza del cuy (Galpón de Romero)

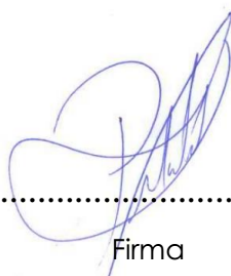


Forma de transportar el forraje para la crianza y alimentación.

Yo, PERCY DAVID MALDONADO CUEVA, docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo SEDE NORTE (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada "PERFIL DE LOS PRODUCTORES DE CUY CON FINES DE EXPORTACIÓN DEL VALLE HUAURA - SAYÁN, 2018", del (de la) estudiante CHILENO ROQUE, LUIS ALBERTO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 28% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha: Lima, 13 de Junio de 2019



Firma

PERCY DAVID MALDONADO CUEVA


DNI: 41380193

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Feedback Studio - Google Chrome
 https://www.kunimtu.com/app/carta/ver/?lang=es&id=11431509580&us=1&u=10000324600&oc=103

feedback studio

Perfil de los productores de cuy con fines de exportación del Valle Huaura - Sayán, 2018"



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

"Perfil de los productores de cuy con fines de exportación del Valle Huaura - Sayán, 2018"


TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:
 CHILENO ROQUE, Luis Alberto

ASESOR:
 Mgter MALDONADO CUEVA, Percy

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
 MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA - PERÚ
 2018



Resumen de coincidencias

28 %

Se están viendo fuentes similares

Ver fuentes en inglés (Pasa)

Coincidencias

1	Entregado a Universidad...	16 %
2	Entregado a Universidad...	2 %
3	repositorio.uccc.edu.pe	1 %
4	scielo.jica.una.py	1 %
5	cybernetics.urp.edu.pe	1 %
6	www.scribd.com	1 %
7	www.abnabspanish.com	1 %
8	repositorio.urv.edu.pe	1 %
9	repositorio.uram.edu.pe	1 %
10	espaco.uda.edu.ec	<1 %
11	www.gestipolis.com	<1 %
12	amwayparabados.blog...	<1 %
13	Entregado a Universidad...	<1 %



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Chileno Roque , Luis Alberto

D.N.I. : 45670321

Domicilio : Calle Yungay Mz D Lt 15 ,Urb. Portales de Chavín III etapa - SMP

Teléfono : Fijo : Móvil : 987203009

E-mail : lchileno27@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias empresariales

Escuela : Negocios Internacionales

Carrera : Negocios Internacionales

Título : Licenciado en Negocios Internacionales

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Chileno Roque, Luis Alberto

Título de la tesis:

PERFIL DE LOS PRODUCTORES DE CUY CON FINES DE EXPORTACIÓN DEL VALLE HUAURA - SAYÁN, 2018

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha: 06/12/18



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
La Escuela de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CHILENO ROQUE, LUIS ALBERTO

INFORME TÍTULADO:

Perfil de los productores de cuy con fines de exportación del Valle
Huaura - Sayán, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SUSTENTADO EN FECHA: 06/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 16

