



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio 2025,
Volumen 9, Número 3.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1

DIAGNÓSTICO DE LOS EMPRENDIMIENTOS RURALES DEL AGRONEGOCIO DEL CUY CAVIA PORCELLUS, EN EL DISTRITO DE BAMBAMARCA, 2023

**DIAGNOSIS OF THE RURAL GUINEA PIG CAVIA
PORCELLUS, AGRIBUSINESS ENTERPRISES IN THE
DISTRICT OF BAMBAMARCA, 2023**

Isaí Geremias Ruiz Díaz

Universidad Nacional de Cajamarca, Perú

Mary Jhanina Llamo Burga

Universidad Nacional de Cajamarca, Perú

Oscar Ortiz Regalado

Universidad Nacional de Cajamarca, Perú

Ruben Iván Marchena Chanduvi

Universidad Nacional Autónoma de Chota, Perú

Wilfredo Ruiz García

Universidad Nacional de Cajamarca, Perú

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i3.18286

Diagnóstico de los Emprendimientos Rurales del Agronegocio del CUY Cavia Porcellus, en el Distrito de Bambamarca, 2023

Isaí Geremias Ruiz Díaz¹

iruizd19_1@unc.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0005-5095-3111>

Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios
Universidad Nacional de Cajamarca
Perú

Mary Jhanina Llamob Burga

mllamob@unc.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0005-9724-4312>

Escuela Profesional de Ingeniería en
Agronegocios
Universidad Nacional de Cajamarca
Perú

Oscar Ortiz Regalado

oortizr@unc.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-9739-213X>

Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios
Universidad Nacional de Cajamarca
Perú

Ruben Iván Marchena Chanduvi

rmarchenac@unach.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-5926-1473>

Universidad Nacional Autónoma de Chota
Perú

Wilfredo Ruiz García

wruizg@unc.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-2249-5262>

Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios
Universidad Nacional de Cajamarca
Perú

RESUMEN

La investigación busca analizar las características de los emprendimientos rurales del agronegocio del cuy en Bambamarca, empleando el método hipotético-deductivo y análisis sintético. Se usaron encuestas con cuestionarios, procesadas en SPSS v28. La muestra fue aleatoria y probabilística. Se identificó que el tipo de cuy producido es el tipo I. Cada productor tiene en promedio 110 cuyes, 30 para cría, 30 reproductoras y 10 reproductores, vendiendo 20 al mes. El 41.8% realiza ventas mensuales. Las ventas anuales fueron: 8,230 (2019), 9,865 (2020), 10,195 (2021), 10,270 (2022) y 10,645 (2023). El precio por cuy es: destetado S/13, 800g S/25, 1200g S/30 y promedio S/35. El 58.2% vende a intermediarios y principalmente en el mercado local. El 56.8% de consumidores son mujeres, con frecuencia mensual del 41.1%. El consumo anual fue: 25 (2019), 27 (2020), 25 (2021), 29 (2022) y 30 (2023). El 68.4% consume de 4 a 6 cuyes al mes. El 36.8% considera la calidad, el 50.5% consume en restaurantes, el 55.8% por valor nutritivo y el 40.0% lo sustituye por pollo. El 52.2% señala falta de capital, el 74.6% considera edad y tamaño del cuy. Enfermedades: salmonelosis (55.2%) y piojos (41.8%); usan clorafen (46.3%) y finox (28.4%), comprando en agrocentros (68.7%).

Palabras clave: emprendimientos, agronegocios, oferta, demanda, factores limitantes

¹ Autor principal.

Correspondencia: iruizd19_1@unc.edu.pe

Diagnosis of the Rural Guinea Pig *Cavia Porcellus*, Agribusiness Enterprises in the District of Bambamarca, 2023

ABSTRACT

The research aims to analyse the characteristics of rural guinea pig agribusiness enterprises in Bambamarca, using the hypothetico-deductive method and synthetic analysis. Questionnaire surveys were used, processed in SPSS v28. The sample was random and probabilistic. It was identified that the type of guinea pig produced is type I. Each producer has an average of 110 guinea pigs, 30 for breeding, 30 breeders and 10 breeders, selling 20 per month. 41.8% make monthly sales. Annual sales were: 8,230 (2019), 9,865 (2020), 10,195 (2021), 10,270 (2022) and 10,645 (2023). The price per guinea pig is: weaned S/13, 800g S/25, 1200g S/30 and average S/35. 58.2% sell to middlemen and mainly in the local market. 56.8% of consumers are women, with a monthly frequency of 41.1%. Annual consumption was: 25 (2019), 27 (2020), 25 (2021), 29 (2022) and 30 (2023). 68.4% consumed 4 to 6 guinea pigs per month. 36.8% consider the quality, 50.5% consume in restaurants, 55.8% for nutritional value and 40.0% substitute it for chicken. 52.2% report a lack of capital, 74.6% consider the age and size of the guinea pig. Diseases: salmonellosis (55.2%) and lice (41.8%); they use clorafen (46.3%) and finox (28.4%), buying in agrocentres (68.7%).

Keywords: entrepreneurship, agribusiness, supply, demand, constraining factors

*Artículo recibido 08 abril 2025
Aceptado para publicación: 14 mayo 2025*



INTRODUCCIÓN

El emprendimiento rural ha experimentado una evolución significativa en las últimas décadas, pasando de ser una actividad meramente de subsistencia a constituirse en un motor fundamental para el desarrollo económico, social y ambiental de las zonas rurales (Ortiz-Regalado, 2024; Ortiz-Regalado et al., 2024). En este sentido, el agronegocio del cuy (*Cavia porcellus*) en el distrito de Bambamarca, región Cajamarca, Perú, representa un sector productivo de gran importancia, no solo por su aporte a la seguridad alimentaria y generación de ingresos, sino también por su arraigo cultural y social (Samaniego-Arias et al., 2025; Carrión-Bósquez et al., 2024). Según datos del Chauca (2013) Cajamarca alberga la mayor población de cuyes en el país, con más de 2 millones de ejemplares, consolidándose como un epicentro para el estudio y desarrollo de esta actividad.

No obstante, los emprendimientos rurales enfrentan una serie de desafíos que limitan su crecimiento y sostenibilidad (Hoyos-Vallejo et al., 2024). Entre ellos destacan la insuficiencia de capital, la baja formación técnica de los productores, el acceso limitado a tecnologías y servicios financieros, y la carencia de políticas públicas efectivas que fomenten la innovación y asociatividad en el sector (Ruiz, 2024). Estos retos se ven agravados por la desigualdad socioeconómica, especialmente en contextos latinoamericanos, donde la pandemia de COVID-19 ha profundizado las brechas existentes y ha afectado severamente la estabilidad de las economías rurales.

El marco teórico que sustenta esta investigación se basa en la teoría del triángulo invertido de Freire (2004), que plantea que el éxito del emprendimiento depende de la interacción dinámica entre tres elementos esenciales: el emprendedor, el capital disponible y las ideas de negocio viables y comercializables. Este enfoque resulta particularmente pertinente para analizar los emprendimientos rurales, donde el capital suele ser escaso y el papel del emprendedor es crucial para generar estrategias innovadoras y adaptativas que permitan superar las limitaciones estructurales (Gómez, 2012).

Diversos estudios a nivel internacional y nacional han abordado temáticas relacionadas con el emprendimiento rural y el agronegocio del cuy. Burbano (2019) destaca la vinculación entre la experiencia, motivación y las condiciones socioeconómicas de los productores, enfatizando la desigualdad de género y la limitada formación.



Gashaw (2019) resalta el impacto del acceso a crédito y comunicación en la capacidad de desarrollo empresarial rural, mientras que Silva et al. (2021) subrayan la importancia de adoptar buenas prácticas pecuarias para mejorar la productividad y bienestar animal en la crianza del cuy.

Los países andinos manejan una población 35 millones de cuyes. Perú posee la población y el consumo más elevados de esta especie zootécnica. La población de cuy en Perú y Ecuador es extensa, ocupa la mayor parte del territorio, en contraste con Colombia y Bolivia, donde su distribución es regional y se gestionan poblaciones de menor tamaño. Se ajusta eficazmente a diversos climas templados, y en menor medida en entornos calurosos. Los sitios con temperaturas que superan los 30 °C pueden perjudicar a los animales y causar estrés por calor, perjudicando su rendimiento productivo y reproductivo (De Zaldívar 2007).

En el contexto local, investigaciones recientes en Bambamarca (Ruiz, 2024, Díaz, 2023; Zavaleta, 2023) evidencian avances tecnológicos y productivos, aunque señalan la persistencia de limitantes relacionadas con el capital, sanidad y manejo técnico.

El distrito de Bambamarca, ubicado en la provincia de Hualgayoc, región Cajamarca, se caracteriza por su vocación agropecuaria y su diversidad cultural y ambiental. Esta zona rural posee un importante potencial productivo, especialmente en la crianza de cuyes, actividad tradicional que constituye una fuente relevante de ingresos para numerosas familias (Ruiz, 2024). Sin embargo, Bambamarca también enfrenta desafíos significativos derivados de su ubicación geográfica, infraestructura limitada y condiciones socioeconómicas que dificultan el acceso a recursos financieros, tecnología y capacitación técnica para los productores (Díaz, 2023). Estos factores generan un entorno complejo para el desarrollo sostenible del agronegocio del cuy, lo que hace necesario un análisis detallado que permita identificar las oportunidades y limitaciones específicas de los emprendimientos rurales en este contexto (Ortiz-Regalado & Medina-Miranda, 2023)

El objetivo de esta investigación es analizar las características y desafíos de los emprendimientos rurales en el agronegocio del cuy en el distrito de Bambamarca, con el propósito de contribuir a su desarrollo sostenible y competitividad en el contexto regional centrandolo su análisis de la oferta, demanda y factores limitantes.



Como consecuencia de lo expuesto anteriormente, surge el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son los emprendimientos rurales del agronegocio del cuy del distrito de Bambamarca?

Se espera que los resultados de este estudio sirvan como referencia y estímulo para futuras investigaciones, además de constituir un punto de partida valioso para mejorar y comparar estudios similares en otras regiones.

METODOLOGÍA

En la presente investigación, se adopta un enfoque no experimental que se caracteriza por la observación del fenómeno en su contexto natural, sin manipulación de variables (Hernández, 2014). Se clasifica como un estudio transversal al considerar un momento específico del fenómeno objeto de estudio, con un carácter eminentemente descriptivo en la evaluación de los resultados obtenidos (Creswell, 2013).

Para llevar a cabo este estudio, se aplicó el método científico hipotético-deductivo y el enfoque analítico-sintético, basándose en un conjunto de datos empíricos más amplio (Lavin et al., 2021). La población de estudio estuvo conformada por 228 productores que pertenecen a 10 asociaciones en el distrito de Bambamarca, Para la muestra, se aplicó una muestra probabilística aleatoria simple, obteniendo una muestra representativa de 67 productores distribuidos en las 10 asociaciones de cuy. Asimismo, se encuestaron a 95 consumidores residentes en la zona urbana de Bambamarca, considerando un universo poblacional de 17,428 personas (INEI, 2018). La recolección de datos se efectuó mediante cuestionarios como instrumento principal, mientras que el procesamiento y análisis se apoyaron en estadística descriptiva, utilizando el programa SPP FOR Windows versión 28. Los resultados se presentan a través de cuadros, gráficos y tablas de frecuencia, proporcionando datos en términos absolutos y relativos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Oferta del agronegocio del cuy

Volumenes de producción del cuy

La Tabla 1 muestra que, en promedio, cada productor cría 110 cuyes, con un rango de entre 8 y 800 ejemplares. Los centros poblados con mayor promedio de cuyes por productor son Cuñacales Alto Sector 1 (150), Chicolón (150), Huangamarca (145), Auque Alto (120) y Ahijadero Lacamarca (118).



Estos resultados son similares al estudio de Ruiz (2024) y Revilla (2022) quienes encontraron que la población actual de cuyes que tiene cada productos es de 250 cuyes.

Tabla 1 Población de cuyes actualmente, según centros poblados.

Centro poblado	Promedio	Mínimo	Máximo
Ahijadero Lacamaca	118	8	200
San Juan de Lacamaca	50	50	800
Ahijadero - Huangamarca	66	20	200
Frutillo Bajo	70	70	150
Auque alto	120	90	500
Cuñacales alto sector 1	150	80	300
Chicolón	150	100	300
Hualanga	70	30	100
Cuñacales alto sector 2	105	80	120
C.P Huangamarca	145	80	300
Total	110	8	800

La Tabla 2 presenta que los productores venden, en promedio, 20 cuyes al mes, con un mínimo de 3 y un máximo de 80. Los centros poblados con mayor volumen de venta son Huangamarca (43 cuyes), San Juan de Lacamaca, Auque Alto (25), Ahijadero Lacamaca, Frutillo Bajo y La Hualanga (20 cuyes mensuales en promedio). Estos resultados guardan similitud a lo estudiado por (Ruiz, 2024) y Yldefonso (2018) quienes indican que los cuyicultores del distrito de bambamarca tienen un total poblacional de cuyes en promedio de 65 cuyes hembras y 13 reproductores machos por familia. Asimismo Muñoz (2024) encontró que el promedio de cuyes de cada productor es de en promedio 131 cuyes.

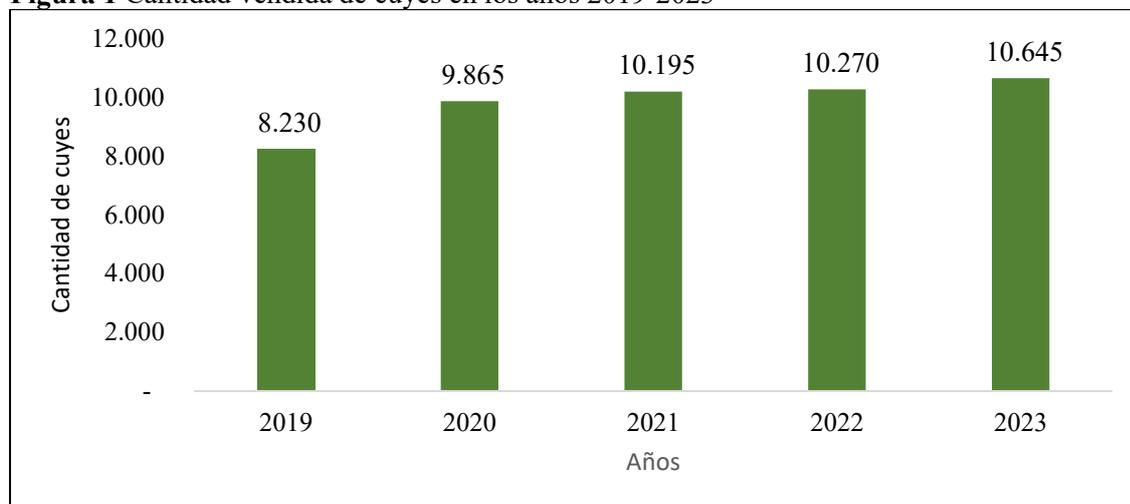
Tabla 2 Cantidad de cuyes promedio vendidos al mes. Según centro poblado

Centro poblado	Promedio	Mínimo	Máximo
Ahijadero Lacamaca	20	12	30
San Juan de Lacamaca	25	16	80
Ahijadero - Huangamarca	18	3	30
Frutillo Bajo	20	12	25
Auque alto	25	20	80
Cuñacales alto sector 1	10	10	25
Chicolón	15	10	25
Hualanga	20	5	30
Cuñacales alto sector 2	10	6	30
C.P Huangamarca	43	25	60
Total	20	3	80



La Figura 1 muestra un crecimiento sostenido en la venta anual de cuyes entre 2019 y 2023. En 2019 se vendieron 8,230 cuyes, cifra que aumentó progresivamente hasta alcanzar su punto más alto en 2023 con 10,645. El mayor salto se dio entre 2020 (9,865) y 2021 (10,195), consolidando una tendencia positiva en la comercialización del producto durante los cinco años analizados. Estos resultados son similares al estudio de Ruiz (2024) y Burga (2024), quienes en sus investigación indican que los cuyicultores han realizado ventas en los años 2021, 2022 y 2023, con un promedio de 216 unidades en 2021, 218 unidades en 2022 y 239 unidades en 2023.

Figura 1 Cantidad vendida de cuyes en los años 2019-2023



Precios de venta del cuy

La Tabla 4 presenta los precios promedio de venta de cuyes en Bambamarca: destetados a 13 soles, de 1200 g a 30 soles y de 800 g a 25 soles. El precio más alto para cuyes de 1200 g (35 soles) se da en Auque Alto, Cuñacales alto sector 2, Huangamarca y Hualanga, y para los de 800 g (28 soles) en San Juan de Lacamarca. Los más bajos para destetados (12 soles) se registran en Chicolón y Cuñacales alto sector 1. Estos resultados concuerdan con Ruiz (2024) y Yldefonso (2018) quienes establecen que el precio de un cuy destetado es de 15 soles y un cuy de 1200kg oscila en 30 soles y un cuy destetado es de 25 soles.

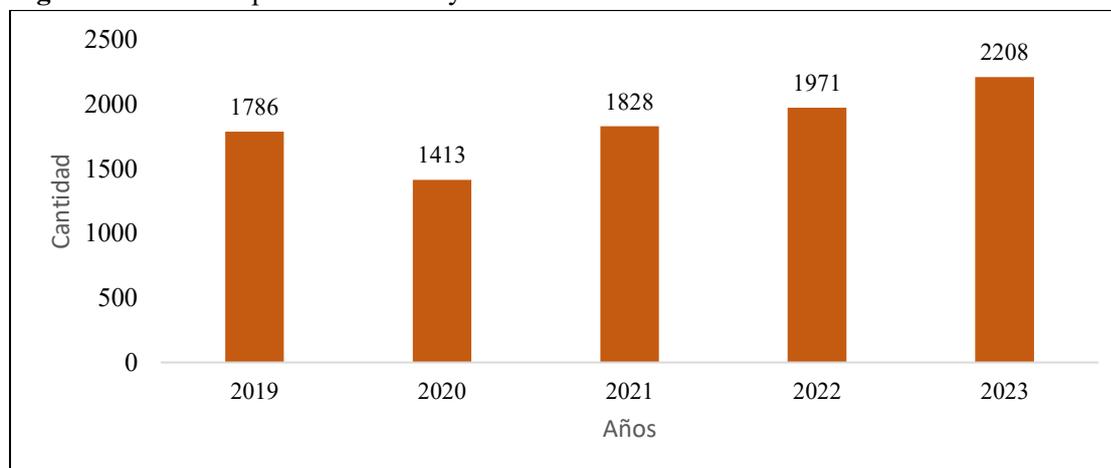
Tabla 4 Precio de venta de un cuy destetado, de 1200gr y 800gr, según centros poblados

Centro poblado	Promedio		
	Destetado	1200gr	800gr
Ahijadero Lacamaca	13 S/.	33 S/.	23 S/.
San Juan de Lacamaca	13 S/.	33 S/.	28 S/.
Ahijadero - Huangamarca	14 S/.	30 S/.	23 S/.
Frutillo Bajo	15 S/.	30 S/.	20 S/.
Auque alto	14 S/.	35 S/.	20 S/.
Cuñacales alto sector 1	12 S/.	30 S/.	25 S/.
Chicolón	12 S/.	30 S/.	25 S/.
Hualanga	15 S/.	35 S/.	25 S/.
Cuñacales alto sector 2	13 S/.	35 S/.	25 S/.
C.P Huangamarca	14 S/.	35 S/.	25 S/.
Total	13 S/.	30 S/.	25 S/.

Demanda de agronegocio del cuy

Cantidad del producto

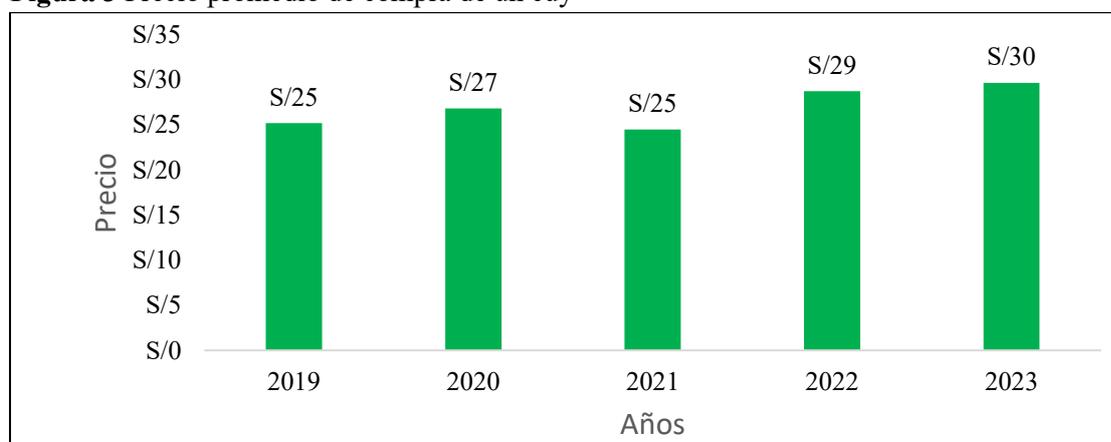
La Figura 2 presenta el consumo anual de cuyes entre 2019 y 2023, iniciando con 1,786 unidades en 2019 y una caída a 1,413 en 2020, posiblemente por factores externos. Posteriormente, se observa un aumento a 1,828 cuyes en 2021, un leve descenso a 1,971 en 2022, y un incremento notable en 2023 con 2,208 cuyes consumidos. Estos resultados son similares al estudio de Paspuel (2019); Osorio (2021) Gómez (2012) quienes indican que el promedio de cuyes que se consume por familia en un año es de 1120 cuyes.

Figura 2 Cantidad aproximada de cuyes consumidos en el año 2019-2023

Precios del cuy

La Figura 3 muestra la evolución del precio promedio de compra de un cuy entre 2019 y 2023. En 2019 el precio fue de S/ 25, subió a S/ 27 en 2020, bajó nuevamente a S/ 25 en 2021, luego aumentó a S/ 29 en 2022 y alcanzó su valor más alto en 2023 con S/ 30. Estos resultados son similares a los estudios de Ruiz (2024); Burga (2024) y Muñoz (2024) quienes mencionan que el precio de un cuy para consumo es en promedio 30 a 35 soles y si lo quieren adquirir en restaurantes en diferentes platos el costo se incrementa a 80 soles cada plato con cuy.

Figura 3 Precio promedio de compra de un cuy



Consumo per cápita

La Tabla 6 revela que, de 95 encuestados, el 68.4% consume entre 4 y 6 cuyes al mes, evidenciando una tendencia hacia un consumo moderadamente alto, mientras que el 31.6% consume entre 1 y 3 cuyes mensuales, lo que indica un patrón de consumo más bajo en ese grupo. El consumo per cápita de carne de cuy en Perú es de alrededor de 400 gramos por año. Esto es equivalente a aproximadamente 1 kilo de carne de cuy por persona al año. Estos resultados encontrados muestran similitud con el estudio de Silva et al. (2021) quien indica que el consumo per-cápita del sector rural se encuentra en 1,41 kg/mes, 16,90 kg/año, equivalente a un promedio de 8 cuyes/año.

Tabla 6 Cantidad aproximada de cuyes consumidos en un mes

Cantidad	Frecuencia	%
1-3	30	31.6
4-6	65	68.4
Total	95	100.0

Gustos y preferencias

La Tabla 7 muestra que, entre los 95 encuestados, el principal factor al adquirir cuyes es la calidad (36.8%), seguido del peso (32.6%) y el tamaño (23.2%), mientras que el precio resulta ser el criterio menos relevante, con solo un 7.4%, destacando así la prioridad que los consumidores otorgan a las características físicas del producto sobre su costo. Silva et al. (2021) y Paspuel et al. (2019) indican que los aspectos principales que un consumidor tiene en cuenta al momento de comprar cuy es la calidad y el peso.

Tabla 7 Aspectos que se toma en cuenta al momento de comprar cuy

	Frecuencia	%
Calidad	35	36.8
Tamaño	22	23.2
Precio	7	7.4
Peso	31	32.6
Total	95	100.0

La Tabla 8 muestra que los consumidores eligen dónde comprar cuyes principalmente por confianza (33.7%), seguida de cercanía (25.3%) y precio (24.2%), siendo la atención al cliente el factor menos influyente (16.8%). En relación a los resultados Silva et al. (2021) y Paspuel et al. (2019) también indican que prefieren comprar cuy por la confianza de la persona de quien los vende de igual modo por la calidad de atención.

Tabla 8 Preferencia por el lugar de compra

Preferencia	Frecuencia	%
Precio	23	24.2
Confianza	32	33.7
Cerca de la casa	24	25.3
Calidad de atención	16	16.8
Total	95	100.0

La Tabla 9 revela que el principal motivo para consumir carne de cuy es su valor nutritivo (55.8%), seguido por su sabor (24.2%) y, en menor medida, por costumbre (20%), destacando la influencia de la salud, el gusto y la tradición en la elección alimentaria. Estos resultados son similares al de Silva (2021) quien indica que la carne de cuy es un alimento de excelente sabor y calidad nutritiva

Tabla 9 Razón por la que consumen carne de cuy

Razones	Frecuencia	%
Por su sabor	23	24.2
Porque es nutritiva	53	55.8
Por costumbre	19	20.0
Total	95	100.0

Productos sustitutos

La Tabla 10 revela que el pollo (40%) y el conejo (31.6%) son los principales sustitutos del cuy, seguidos por el chancho (24.2%) y, en menor medida, la carne de res (4.2%). Estos resultados son similares con los de Zavaleta (2023) indica que el principal producto que sustituye al cuy es la carne de cerdo seguido de la carne de conejo.

Tabla 10 Productos sustitutos para la carne de cuy

Sustituto	Frecuencia	%
Carne de pollo	38	40.0
Carne de chancho	23	24.2
Carne de res	4	4.2
Carne de conejo	30	31.6
Total	95	100.0

Factores que limitan el emprendimiento del cuy

Economico

La Tabla 11 señala que el 52.2% de los productores identifican la falta de capital como el mayor obstáculo, especialmente en Cuñacales alto sector 1, Chicolón y Frutillo Bajo. El 34.3% señala falta de experiencia, concentrada en Cuñacales alto sector 2 y Huangamarca. El 7.5% menciona falta de apoyo familiar (Ahijadero Huangamarca), y el 6.0% la competencia (San Juan de Lacamarca). Estos resultados son similares con los estudios de Ortiz-Regalado (2013) quien indica el principal factor limitante es la falta de capital.

Tabla 11 Factores que limitan el emprendimiento de cuyes, según centro poblado. Cifras relativas

Centro poblado	Falta de capital	Falta de experiencia	Competencia	Falta de apoyo familiar	Total
Ahijadero Lacamaca	50.0%	50.0%			100.0%
San Juan de Lacamaca	25.0%	25.0%	50.0%		100.0%
Ahijadero - Huangamarca	25.0%		25.0%	50.0%	100.0%
Frutillo Bajo	80.0%		20.0%		100.0%
Auque alto	28.6%	57.1%		14.3%	100.0%
Cuñacales alto sector 1	85.7%	14.3%			100.0%
Chicolón	85.7%	14.3%			100.0%
Hualanga	55.6%	22.2%		22.2%	100.0%
Cuñacales alto sector 2	33.3%	66.7%			100.0%
C.P Huangamarca	40.0%	60.0%			100.0%
Total	52.2%	34.3%	6.0%	7.5%	100.0%

Alimentación

La Tabla 12 indica que el 74.6% de los productores alimentan a sus cuyes según edad y tamaño, principalmente en San Juan de Lacamaca, Frutillo Bajo y Huangamarca, mientras que el 25.4% no considera estos factores, ubicándose en Auque Alto y Chicolón.

Estos resultados son similares a los descritos por Silva (2019), señala que la alfalfa, en comparación con otros recursos de forraje, se destaca como la primera opción entre los recursos forrajeros anteriormente, es el pasto con el mayor índice de producción durante la etapa de engorde, presentando un índice de productividad superior a un pasto con un índice de producción superior a un pasto consumo de comida de (52,00 g), un peso final medio de (833,60 g), y un beneficio medio de peso de (8,54 g), una conversión alimenticia de (8,75), un peso en el canal de (488,40 g) y un peso en el canal de (488,40 g) desempeño en la red de (67,75 %).

Tabla 12 Alimentación considerando la edad y el tamaño, según centro poblado. Cifras relativas

Centro poblado	Si	No	Total
Ahijadero Lacamaca	62.5%	37.5%	100.0%
San Juan de Lacamaca	100.0%		100.0%
Ahijadero - Huangamarca	75.0%	25.0%	100.0%
Frutillo Bajo	100.0%		100.0%
Auque alto	57.1%	42.9%	100.0%
Cuñacales alto sector 1	71.4%	28.6%	100.0%
Chicolón	57.1%	42.9%	100.0%
Hualanga	66.7%	33.3%	100.0%
Cuñacales alto sector 2	66.7%	33.3%	100.0%
C.P Huangamarca	100.0%		100.0%
Total	74.6%	25.4%	100.0%

Sanidad

La tabla 13 indica que la salmonelosis (55.2%) y los piojos (41.8%) son las principales enfermedades en cuyes, presentes en varios centros poblados, mientras que la linfadenitis y otras enfermedades son raras (1.5% cada una). Estos resultados coinciden con Burga (2024) quien es su investigación indica que las principales enfermedades del cuy son la salmonelosis y linfadenitis y el cual viene afectando en la producción de cuyes.

Tabla 13 Principales enfermedades del cuy, según centro poblado. Cifras relativas

Centro poblado	Salmonelosis	Linfadenitis	Piojo	Otros	Total
Ahijadero Lacamaca	50.0%		50.0%		100.0%
San Juan de Lacamaca	25.0%		75.0%		100.0%
Ahijadero – Huangamarca	50.0%	25.0%	25.0%		100.0%
Frutillo Bajo	100.0%				100.0%
Auque alto	57.1%		42.9%		100.0%
Cuñacales alto sector 1	85.7%		14.3%		100.0%
Chicolón	57.1%		42.9%		100.0%
Hualanga	33.3%		55.6%	11.1%	100.0%
Cuñacales alto sector 2	66.7%		33.3%		100.0%
C.P Huangamarca	40.0%		60.0%		100.0%
Total	55.2%	1.5%	41.8%	1.5%	100.0%

Manejo

La tabla 14 muestra que la mayoría de los 67 productores limpian los galpones de cuyes semanalmente (59.7%), especialmente en Cuñacales alto sector 2, Chicolón y Ahijadero Huangamarca. Un 28.4% realiza la limpieza 2 o 3 veces por semana, principalmente en Frutillo Bajo y San Juan de Lacamaca, mientras que solo un 11.9% limpia mensualmente, en Auque alto y Cuñacales alto sector 2. Estos resultados son similares al estudio de Diaz (2023) y Chauca (20013) quien en su investigación en su estudio indica que la limpieza del galpón de cuyes es indispensable para prevenir enfermedades el cual muestra que la limpieza debe realizarse cada semana o 3 veces a la semana.

Tabla 14 Frecuencia de la limpieza del galpón de cuyes, según centros poblados. Cifras relativas

Centro poblado	Cada semana	2 o 3 veces por semana	Mensual	Total
Ahijadero Lacamaca	37.5%	62.5%		100.0%
San Juan de Lacamaca	25.0%	75.0%		100.0%
Ahijadero - Huangamarca	75.0%		25.0%	100.0%
Frutillo Bajo	20.0%	80.0%		100.0%
Auque alto	57.1%		42.9%	100.0%
Cuñacales alto sector 1	71.4%		28.6%	100.0%
Chicolón	85.7%		14.3%	100.0%
Hualanga	44.4%	44.4%	11.1%	100.0%
Cuñacales alto sector 2	100.0%			100.0%
C.P Huangamarca	70.0%	30.0%		100.0%
Total	59.7%	28.4%	11.9%	100.0%

La tabla 15 indica que la mayoría de los productores desinfectan sus galpones mensualmente (44.8%), principalmente en Ahijadero Huangamarca, Auque alto y Cuñacales alto sector 2. La desinfección semanal representa el 40.3%, con mayor frecuencia en Cuñacales alto sector 2, la Hualanga y Chicolón, mientras que la desinfección quincenal es la menos común, con un 14.9%, concentrada en Huangamarca y Frutillo Bajo. Estos hallazgos coinciden con Diaz (2023) y Chauca (2013) el cual muestra que la desinfección del galpón es crucial para tener mejoras en la producción de cuyes, el cual indica que esta desinfección debe realizarse mensualmente.



Tabla 15 Frecuencia de la desinfección del galpón, según centros poblados. Cifras relativas

Centro poblado	Semanal	Quincenal	Mensual	Total
Ahijadero Lacamaca	37.5%	12.5%	50.0%	100.0%
San Juan de Lacamaca	50.0%		50.0%	100.0%
Ahijadero - Huangamarca			100.0%	100.0%
Frutillo Bajo	40.0%	20.0%	40.0%	100.0%
Auque alto	28.6%		71.4%	100.0%
Cuñacales alto sector 1	28.6%		71.4%	100.0%
Chicolón	57.1%	14.3%	28.6%	100.0%
Hualanga	66.7%	11.1%	22.2%	100.0%
Cuñacales alto sector 2	83.3%	16.7%		100.0%
C.P Huangamarca	10.0%	50.0%	40.0%	100.0%
Total	40.3%	14.9%	44.8%	100.0%

CONCLUSIONES

Se concluye que, en promedio, cada productor cría 110 cuyes, con variaciones entre 8 y 800 ejemplares. Los centros poblados con mayor promedio son Cuñacales Alto Sector 1, Chicolón y Huangamarca. Huangamarca lidera en volumen de ventas mensuales, seguido por San Juan de Lacamaca y Auque Alto. La venta anual de cuyes creció de 8,230 en 2019 a 10,645 en 2023, con un salto notable entre 2020 y 2021. Los precios varían según peso y localidad: los cuyes de 1200 g alcanzan hasta 35 soles en Auque Alto, Cuñacales Alto Sector 2, Huangamarca y Hualanga; los de 800 g llegan a 25 soles en San Juan de Lacamaca; mientras que los destetados tienen precios más bajos en Chicolón y Cuñacales Alto Sector 1. Esta situación muestra un mercado en crecimiento con potencial para mejorar la producción y comercialización.

Asimismo, se concluye que entre 2019 y 2023 el consumo de cuyes creció de 1,786 a 2,208 unidades, mientras que el precio promedio aumentó de S/ 25 a S/ 30. El 68.4% de los encuestados consume entre 4 y 6 cuyes al mes. Al momento de comprar, se prioriza la calidad (36.8%), peso (32.6%) y tamaño (23.2%), más que el precio (7.4%). Los compradores eligen por confianza (33.7%) y cercanía (25.3%). El principal motivo de consumo es su valor nutritivo (55.8%), seguido del sabor (24.2%). Los sustitutos más comunes son el pollo (40%) y el conejo (31.6%).



Finalmente se concluye que los principales factores que limitan el emprendimiento del cuy son la falta de capital (52.2%) y la inexperiencia (34.3%). Además, problemas sanitarios como la salmonelosis (55.2%) y los piojos (41.8%) afectan la producción. Aunque el 74.6% alimenta a los cuyes según edad y tamaño, las prácticas de limpieza y desinfección son variables: la mayoría limpia semanalmente (59.7%) y desinfecta mensualmente (44.8%), lo que evidencia la necesidad de mejorar las condiciones sanitarias y el manejo técnico para fortalecer el emprendimiento.

Recomendaciones

Se recomienda implementar programas de formación técnica en manejo, sanidad, Alimentación y comercialización, junto con líneas de crédito accesibles. Esto permitirá mejorar la productividad y sostenibilidad de los criadores, especialmente en zonas con menor rendimiento.

Se recomienda fomentar alianzas con restaurantes, ferias agropecuarias, supermercados, además de promover estrategias de venta directa y diferenciación por marca colectiva. Esto permitirá a los productores aumentar sus ingresos y reducir la dependencia de intermediarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Burga Cieza, L. C. (2024). El sistema productivo del cuy (*cavia porcellus*) y tendencias comerciales, distrito Chalamarca–2023. <http://hdl.handle.net/20.500.14074/6286>
- Carrión-Bósquez, N. G., Ortiz-Regalado, O., Veas-González, I., Naranjo-Armijo, F. G., & Guerra-Regalado, W. F. (2024). The mediating role of attitude and environmental awareness in the influence of green advertising and eco-labels on green purchasing behaviors. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*. Vol. 29 No. 3, pp. 330-350. <https://doi.org/10.1108/SJME-08-2023-0217>
- Chauca Francia, L. J. (2013). Crianza del cuy (*Cavia porcellus*) y su impacto en el desarrollo rural. <https://repositorio.inia.gob.pe/handle/20.500.12955/440>
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- De Zaldívar, L. C. (1997). *Producción de cuyes (Cavia porcellus)* (Vol. 138). Food & Agriculture Org.
- Díaz Tirado, D. (2023). Impactos de la Ley Procompite en agentes económicos organizados en la producción de cuy, distrito de Bambamarca. <http://hdl.handle.net/20.500.14074/5947>



- Francia de Zaldívar, L.C. 2007. Reality and perspective of guinea pig breeding in the Andean countries. Archivos Latinoamericanos De Producción Animal, 15(5). Available: https://ojs.alpa.uy/index.php/ojs_files/article/view/2743
- Gashaw, T. (2019). Rural entrepreneurship and enterprise development: a way out to increasing landlessness and sole dependence on farming in the rural economy. Singaporean Journal of Business Economics, and Management Studies, 6(12), 1-17.
- Gómez, L. (2012). Teorías del emprendimiento. *Recuperado de <http://unijc.pbworks.com/w/file/54060386/TEORIASDELEMPRENDIMIENTO.pdf> capacidad emprendedora total y sus factores ($p > 0.05$).*
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Hoyos-Vallejo, C. A., Ortiz-Regalado, O., & Carrión-Bósquez, N. G. (2024). The influence of consumption values on the environmental attitudes and organic purchase intentions of millennials: A quantitative study using structural equation modeling in Peru. doi: 10.20944/preprints202402.0572.v1
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). Cajamarca resultados definitivos. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1558/06TOMO_01.pdf.
- Javier E. Burbano Salazar (2019). La situación y el fomento de los emprendimientos rurales: Aspectos que determinan la creación de agronegocios en Ecuador.
- Muñoz Tamay, E. N. (2024). Estrategias de marketing mix y posicionamiento en las asociaciones de cuyes (*cavia porcellus*) del distrito de Bambamarca, 2022. <http://hdl.handle.net/20.500.14074/6220>
- Ortiz, O. 2013. Factores que determinan la producción en el Agronegocio del cuy - distrito de Bambamarca - provincia Hualgayoc. Tesis de pre grado. Universidad Nacional de Cajamarca sede Bambamarca.
- Ortiz-Regalado, O., & Guevara, R. (2024). Intellectual capital and financial performance in small manufacturing companies: the moderating effect of managerial ambidexterity. IEEE Access,



12, 75520-75531. 10.1109/ACCESS.2024.3400827

Ortiz-Regalado, O., & Medina-Miranda, S. D. (2023). Influencia de la Informalidad en la competitividad de las microempresas de productos lácteos en el distrito de Bambamarca. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 9481-9498.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.6043.

Ortiz-Regalado, O., Llamas-Burga, M., Carrión-Bósquez, N., Chávez-Gutiérrez, H., Guerra-Regalado, W., Veas-González, I., ... & Vidal-Silva, C. (2024). Unveiling millennials' perceptions of organic products: A grounded theory analysis in Ecuador and Peru. *Sustainability*, 16(12), 5230.

<https://doi.org/10.3390/su16125230>

Osorio Pardo, D. R. (2021). Plan de negocio para mejorar la crianza y producción de cuy en el Centro Poblado de Caral, Lima 2021. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/9842>

Paspuel, P., Esteban, M., Aragón Esparza, M. V., & Avalúos, A. (2019). Estudio de la producción y comercialización del cuy (*Cavia porcellus*) en la provincia del Carchi

<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9417>

Revilla Arenas, P. M. (2022). Sistema de producción de la crianza de cuyes (*Cavia porcellus*) en la Provincia Mariscal Nieto–Moquegua 2016.

Ruiz Díaz, I. G. (2024). Relación del capital intelectual con las capacidades dinámicas en los cuyicultores del Distrito de Bambamarca, 2023-2024. <http://hdl.handle.net/20.500.14074/7474>

Samaniego-Arias, M., Chávez-Rojas, E., García-Umaña, A., Carrión-Bósquez, N., Ortiz-Regalado, O., Llamas-Burga, M., ... & Cando-Aguinaga, W. (2025). The Impact of Social Media on the Purchase Intention of Organic Products. *Sustainability*, 17(6), 2706.

<https://doi.org/10.3390/su17062706>

Sanchez Gonzales, M. (2024). Características de la demanda de carne de cuy en el distrito de Ayacucho, 2021. <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/6303>

Silva, F. D. R., Uvidia, H., & Enriquez, M. Á. (2021). Análisis del manejo, producción y comercialización del cuy (*Cavia porcellus* L.) en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 7(6), 1004-1018.



Yldefonso Rojas, N. (2018). Caracterización de los sistemas de producción del cuy (*cavia porcellus* L) en el distrito de Bambamarca, provincia de Hualgayoc, región Cajamarca.

Zavaleta Orrillo, E. N. (2023). Influencia del sistema de producción de cuyes en los ingresos económicos de los productores del distrito de Bambamarca.

<http://hdl.handle.net/20.500.14074/6219>

