



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA
CARNE DE PORCINO INDUSTRIAL EN LOS DISTRITOS DE PIURA,
CASTILLA Y VEINTISÉIS DE OCTUBRE”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO INDUSTRIAL**

AUTOR:

OLIVOS SILVA, ELVIS OTONIEL

ASESOR:

ING. MBA MORALES ÁLAMO, GUILLERMO NICANOR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN EMPRESARIAL Y PRODUCTIVA

PIURA – PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

Dr. Víctor Hugo Ramírez Ordinola
Presidente

MBA. Gabriel Borrero Carrasco
Secretario

Mg. Manuel Benito Castillo Alvarado
Vocal

DEDICATORIA

A mis padres, Walter y Soledad; a mis hermanos, Junior y Patricia; a mi sobrina, Valerie Anthuané; las personas más importantes en mi vida.

El autor.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme sabiduría y salud; a mis padres, por su apoyo incondicional; a mis hermanos, por sus sabios consejos; a mi sobrina, por darme las ganas de seguir adelante y felicidad; a mi asesora especialista, Dra. Blanca Álvarez Luján, y a mi asesor metodológico, Ing. MBA Guillermo Nicanor Morales Álamo, por su gran apoyo en la realización de este trabajo; y a cada una de las personas e instituciones que fueron partícipes y que colaboraron con su valiosa información para la culminación de este trabajo de investigación.

El autor.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Elvis Otoniel Olivos Silva, con DNI N° 47384247, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería Industrial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la “Universidad César Vallejo”.

Piura, Diciembre del 2016.

ELVIS OTONIEL OLIVOS SILVA

DNI N° 47384247

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada: “Estudio de mercado para la comercialización de la carne de porcino industrial en los distritos de Piura, Castilla y Veintiséis de Octubre”.

Esta Tesis ha sido desarrollada con la finalidad de conocer la situación actual del mercado para comercializar la carne de porcino industrial en los distritos de Piura, Castilla y Veintiséis de Octubre, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, para obtener el título profesional de Ingeniero Industrial.

Esta tesis comprende ocho capítulos, en los cuales, de manera muy puntual se organiza la información para su comprensión. Así, en el Capítulo I, titulado Introducción, se describe el problema existente en los distritos en estudio, las investigaciones realizadas con anterioridad, los conocimientos y bases teóricas del tema en estudio, las preguntas de investigación, el aporte del estudio y las metas que se pretenden lograr con el estudio; en el Capítulo II, titulado Método, se describe el tipo de diseño de investigación realizada, la categoría de las variables y su operacionalización, la población en estudio y la porción de esta población que es analizada; también, se describen los métodos que se utilizan para la recolección de los datos y sus respectivos instrumentos validados y confiables, los métodos estadísticos a emplear para el análisis de los datos recolectados y los aspectos éticos; en el Capítulo III, titulado Resultados, se describen los productos alcanzados con el desarrollo de esta investigación; en el Capítulo IV, titulado Discusión, se describe la comparación entre los resultados de otras investigaciones realizadas y los obtenidos en la investigación; en el Capítulo V, titulado Conclusiones, se describen las conclusiones a las cuales se llegó con el desarrollo de la investigación de acuerdo a los objetivos planteados; en el Capítulo VI, titulado Recomendaciones, se describen las acciones sugeridas a realizar para obtener resultados más favorables, en el Capítulo VII, titulado Referencias, se describen la fuente de las teorías que se utilizaron como base en la investigación, y en el capítulo VIII, titulado Anexos, se adjuntan todos los documentos, instrumentos, validaciones de especialistas, y fotografías, que son material complementario para la mejor comprensión de la investigación.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación, agradeciendo las sugerencias y correcciones al informe, que tengan a bien sugerir.

El autor.

ÍNDICE

	Página
CARÁTULA	1
PÁGINA DEL JURADO	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	5
PRESENTACIÓN	6
INDICE	7
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Trabajos previos	14
1.3. Teorías relacionadas al tema	19
1.3.1. Estudio de mercado	19
1.3.2. Carne de porcino industrial	20
1.3.3. Plan de marketing	22
1.4. Formulación del problema	24
1.4.1. Pregunta General	24
1.4.2. Preguntas Específicas	25
1.5. Justificación del Estudio	25
1.6. Objetivos	26
1.6.1. Objetivo General	26
1.6.2. Objetivos Específicos	26
II. MÉTODO	27
2.1 Diseño de Investigación	27
2.2 Variables, Operacionalización	27
2.3 Población y muestra	32
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	35
2.5 Métodos de análisis de datos	36

2.6 Aspectos éticos	37
III. RESULTADOS	38
IV. DISCUSIÓN	46
V. CONCLUSIONES	50
VI. RECOMENDACIONES	51
VII. REFERENCIAS	53
VIII. ANEXOS	
Anexo N°01: Guía de entrevista a los comercializadores mayoristas de carne de porcino	56
Anexo N°02: Guía de entrevista a los supermercados	57
Anexo N°03: Guía de observación supermercados	59
Anexo N°04: Cuestionario para distribuidores	60
Anexo N°05: Cuestionario para consumidores finales	62
Anexo N°06: Guía de entrevista bienes sustitutos	66
Anexo N°07: Guía de observación – bienes sustitutos	68
Anexo N°08: Matriz de consistencia	69
Anexo N°09: Constancias de validación	72
Anexo N°10: Confiabilidad de los instrumentos	93
Anexo N°11: Características de los mercados relacionados de mayor influencia	96
Anexo N°12: Propuesta de plan de marketing	138
Anexo N°13: Mapa relieve de la ciudad de Piura	151
Anexo N°14: Mapa satelital de la ciudad de Piura	152
Anexo N°15: Fotografía Distribuidores – Veintiséis de Octubre	153
Anexo N°16: Fotografía Distribuidores – Castilla	154
Anexo N°17: Fotografía presentación de la carne de porcino industrial – Supermercados Metro	155
Anexo N°18: Fotografía presentación de la carne de porcino industrial – Supermercados Metro	156
Anexo N°19: Fotografía encuesta realizada a los distribuidores de carnes en mercados	157
Anexo N°20: Fotografía encuesta realizada a los hogares	158
Anexo N°21: Fotografía observación Supermercado Plaza Veá	159
Anexo N°22: Fotografía punto de venta Supermercado Plaza Veá	160

Anexo N°23: Documentos que evidencian realización de estudio del mercado proveedor	161
Anexo N°24: Documentos que evidencian realización de estudio del mercado competidor	167
Anexo N°25: Documentos que evidencian realización de estudio del mercado distribuidor	179
Anexo N°26: Documentos que evidencian realización de estudio del mercado consumidor	184
Anexo N°27: Documentos que evidencian realización de estudio del mercado de bienes sustitutos	202
Anexo N°28: Fotografía documentos de datos recolectados	211

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se realizó con la finalidad de determinar la situación actual del mercado a efecto de una posible comercialización de carne de porcino industrial en los distritos de Piura, Castilla y Veintiséis de Octubre. Con dicho objetivo se buscó identificar las características de los mercados relacionados de mayor influencia para la comercialización de la carne de porcino industrial, para ello se analizó el mercado proveedor, teniendo como población a nueve granjas porcinas intensivas, trabajando con la totalidad. Asimismo se analizó la situación actual del mercado competidor en donde se analizó a los seis supermercados que comercializan la carne de porcino industrial. En el análisis del mercado distribuidor, se tuvo como población ciento diecisiete distribuidores de carne, en donde se trabajó con una muestra de noventa distribuidores. Para el mercado consumidor se analizaron los hogares de la zona urbana de los distritos de Piura, Castilla y Veintiséis de Octubre, los mismos que fueron un total de noventa y cinco mil seiscientos noventa y tres hogares, trabajando de acuerdo al cálculo de la fórmula con una muestra de trescientos ochenta y tres hogares. Finalmente para el mercado de bienes sustitutos se analizó un total de ciento diecisiete distribuidores de carne, en donde se trabajó con una muestra de noventa distribuidores para conocer las características de los productos sustitutos de la carne de porcino industrial. Además se analizó la oferta y la demanda de la carne de porcino industrial, y se realizó una propuesta de un plan de marketing para la comercialización de la carne de porcino industrial en los distritos en estudio. Todos los datos fueron recogidos a través de las siguientes técnicas: entrevista, que utilizó como instrumento la guía de entrevista, la encuesta, que utilizó como instrumento el cuestionario, y la observación, que uso como instrumento la guía de observación. El análisis y procesamiento de los datos se realizó utilizando el programa SPSS versión 21 y el programa de Microsoft Excel 2013. Al término de la investigación se concluyó que existen las condiciones de mercado para el establecimiento de un negocio de comercialización de carne de porcino industrial en los distritos de Piura, Castilla y Veintiséis de Octubre.

Palabras claves: estudio de mercado, comercialización, carne de porcino industrial, mercados relacionados, oferta, demanda, 4P's del marketing, plan de marketing.

ABSTRACT

This research project was carried out with the purpose of determining the current market situation for the possible commercialization of industrial pork in the districts of Piura, Castilla and Veintiséis de Octubre. With this objective, we sought to identify the characteristics of the markets that are most influential in the commercialization of industrial pork. The supplier market was analyzed, with nine pig farms as intensive, working with the whole. Likewise, the current situation of the competitive market was analyzed where the six supermarkets that commercialized industrial pork were analyzed. In the analysis of the distributor market, we had as population one hundred seventeen distributors of meat, where we worked with a sample of ninety distributors. For the consumer market, households in the urban area of the Piura, Castilla and Veintiséis de Octubre districts were analyzed, which were a total of ninety-five thousand six hundred ninety-three households, working according to the calculation of the formula with a sample of three hundred and eighty-three households. Finally, for the substitutes market, a total of seventeen meat distributors were analyzed, where a sample of ninety distributors was studied to know the characteristics of the substitutes products of industrial pork. In addition, the supply and demand of industrial pork was analyzed and a proposal was made for a marketing plan for the commercialization of industrial pork in the studied districts. All data were collected through the following techniques: interview, which used as an instrument the interview guide, the survey, which used as a questionnaire instrument, and observation, which I use as an observation guide. The analysis and processing of the data was done using the program SPSS version 21 and the program of Microsoft Excel 2013. At the end of the investigation it was concluded that the market conditions exist for the establishment of a business of commercial of industrial pork in the districts of Piura, Castilla and Veintiséis de Octubre.

Keywords: market research, marketing, industrial pork, related markets, supply, demand, 4P's marketing, marketing plan.