

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA



ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**ESTRATEGIAS DE MARKETING, ESTRATEGIAS DE
COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA URANGO-CUY SRL Y
EL CONSUMO DE CARNE DE CUY EN LA CIUDAD DE
TRUJILLO**

PRESENTADO POR:

CELIA EMPERATRIZ MERCADO MARRUFO

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN
ADMINISTRACIÓN**

2014

RESUMEN

El objetivo general del trabajo de investigación fue **determinar la relación de las estrategias de marketing, las estrategias de comercialización de la empresa URANGO-CUY SRL y el consumo de carne de cuy en la ciudad de Trujillo.**

El tipo de investigación fue descriptivo y el nivel aplicado, el método y diseño de investigación fue correlacional.

La población estuvo constituida por los **trabajadores** de la empresa URANGO-CUY SRL, la cual asciende a 20 trabajadores.

Del mismo modo se consideró a la población de consumidores de carne de cuy de la ciudad de Trujillo, que ascienden aproximadamente a 10,000 personas.

La muestra de consumidores de acuerdo al muestreo probabilístico ascendió a 370 personas.

El instrumento utilizado para la medición de las variables fue la encuesta, la cual se realizó a 20 trabajadores de la empresa URANGO-CUY y a 370 consumidores de carne de cuy de la ciudad de Trujillo.

Se aplicó una prueba para medir la Validez y Confiabilidad del Instrumento resultando válido con un alfa de Cronbach de 0.764.

Luego de la contrastación de hipótesis, quedó demostrado que las estrategias de marketing y las estrategias de comercialización de la empresa URANGO-CUY SRL se relacionan positivamente con el consumo de carne de cuy en la ciudad de Trujillo.

Palabras clave: Estrategias de marketing, estrategias de comercialización, consumo carne de cuy.

ABSTRACT

The overall objective of the research was to determine the relationship marketing strategies, marketing strategies of the company URANGO-CUY SRL and guinea pig meat consumption in the city of Trujillo. The research was descriptive and applied level, method and research design was correlational.

The population consisted of workers of the company URANGO-CUY SRL, which amounts to 20 workers.

Similarly, it was considered a consumer population of guinea pig meat Trujillo, amounting to approximately 10,000 people.

The sample of consumers according to probability sampling amounted to 370 people.

The instrument used for measuring the variables was the survey that 20 company employees 370 URANGO-CUY and guinea pig meat consumers city of Trujillo was performed.

A test was applied to measure the Validity and Reliability of the Instrument resulting valid with a Cronbach's alpha of 0.764.

After hypothesis testing, it was shown that the marketing strategies and marketing strategies of the company URANGO-CUY SRL is positively related to guinea pig meat consumption in the city of Trujillo.

Keywords: marketing strategies, marketing strategies, guinea pig meat consumption.