

PROYECTO DE INVESTIGACION FEDU - 2022

1. TITULO

Gestión del plan de marketing estratégico y competitivo de los productores de queso “Tipo paria” con tecnología intermedio en el distrito de Mañazo – Región Puno, periodo 2021.

2.

Área de investigación	Línea de investigación	Disciplina OCDE
Economía regional y local	Economía y desarrollo	Estudio del plan de marketing y competitivo

3. DURACION

Doce meses (12)

4. TIPO DE PROYECTO

individual	x
------------	---

5. DATOS DE LOS INTEGRANTES DEL PROYECTO

- Apellidos y nombres: Nestor Collantes Menis
- Escuela profesional: Ingeniería económica
- Celular: 990829202
- Correo Electrónico: ncollantes@unap.edu.pe

I. Gestión del plan de marketing estratégico y competitivo de los productores de queso tipo paria con tecnología intermedia en el distrito de ñañazo – Region Puno, periodo 2021.

II. Resumen del proyecto de investigación.

El presente proyecto de investigación pretende estudiar los resultados de la Gestión del Plan de Marketing estratégico de los productores de queso “tipo paria” con tecnología intermedia en el distrito de Mañazo – región Puno, para el periodo del año 2021. En tal sentido, se busca conocer el plan de marketing estratégico y competitivo que aplicaron los microempresarios en este ramo.

El tipo de investigación es no experimental, ya que sus variables no se someten a una manipulación intencional, su forma general es el diseño transicional o transversal el cual se utiliza para desarrollar la investigación a partir de os hechos reales y concretos, sobre la gestión del plan de marketing estratégico y competitivo de los productores de queso.

La leche tiene como destino principal la producción de queso “tipo paria”, en la cuenca de Mañazo, por los microempresarios y/o productores que cuentan con tecnología intermedia, los mismos que ofertan mayoritariamente en el mercado local y provincial, y de manera limitada en otros mercados regionales y extra regionales. La venta se realiza a través de canales de comercialización desorganizados, con pocas posibilidades de competir en mercados con mayor exigencia de calidad.

Uno de los problemas que afecta a los microempresarios queseros es la baja productividad del ganado lechero, el cual está dado por la deficiencia en la calidad de pastos y forrajes, así como en el proceso de ordeño; para ello se requiere mayor tecnificación-capacitación (equipamiento de la sala de ordeño) y el mejoramiento de los implementos para la transformación de la leche. La deficiencia en la alimentación de los semovientes se ve representado en la baja productividad, por lo que se requiere mejorar el sistema de alimentación a través del aprovechamiento de los alimentos fibrosos como parte del alimento adicional, esto debidamente procesado. Para ello los productores lácteos requieren la implementación de equipos como: el molino picador.

Es a partir de esta realidad que se tiene que determinar la viabilidad de la gestión del plan de marketing estratégico y competitivo de los productores de queso “tipo paria”, aterrizando sobre los objetivos concretos y así replantear y mejorar sus

estrategias de mercadeo, en aras de diversificar los tipos de quesos y otros derivados lácteos que busquen posicionar de forma óptima en otros mercados, así como fortalecer los acopiadores de leche y formarlos en gestión empresarial, mejorando así su viabilidad económica-financiera de los productores de queso “tipo paria”.

III. PALABRAS CLAVE

Palabras breves:

Plan de marketing, estrategia competitiva, plan estratégico, marketing mix

IV. JUSTIFICACIÓN

Los microempresarios productores de queso tipo paria con tecnología intermedia en el distrito de Mañazo de la región Puno, utilizan diferentes planes de marketing, estrategias competitivas y planes estratégicos en sus microempresas; por lo que sus resultados de la gestión empresarial expresado en el aspecto económico financiero son variables.

Se hace necesario y urgente un plan de capacitación en el manejo y conocimiento de las estrategias del plan de marketing, enfatizando en la aplicación y uso de las estrategias de producto, ventas, precio, promoción y plaza, dentro de esta última el conocimiento e importancia de los canales de distribución, solicitudes de pedido, empaque y entrega del producto.

En la búsqueda de mejorar la viabilidad económica- financiero de los microempresarios y/o productores de queso “tipo paria” en la cuenca de Mañazo con tecnología intermedia, se requiere una capacitación permanente en el conocimiento y manejo de las estrategias competitivas, las cuales pueden ser intensivas, genéricas de Michel Porter, y estrategias de crecimiento, así como conocer profundamente la importancia que tiene el plan estratégico de la empresa como un instrumento de gestión y evaluación permanente de la situación orgánica, administrativa, económica y financiera de la micro y pequeña empresa productora de queso “tipo paria” con los productores con tecnología intermedia.

V. ANTECEDENTES

La región altiplánica de Puno está caracterizado por ser una región agropecuaria, y por consiguiente ofrece materia prima fundamental que es la leche para la producción de quesos “tipo paria” y otros derivados del mismo; el procesamiento está a cargo de más de 300 plantas procesadoras, acentuadas en las distintas cuencas lecheras de la región tales como: Melgar, Acora, Mañazo, Azangaro, San Román, otros.

Wilder Huaca, consultor de la cámara de comercio de Puno, señala que a diario se produce alrededor de 480,000 litros de leche en la región Puno, los cuales son utilizados en la producción de aproximadamente 48 mil moldes de queso. Sostuvo que el panorama es positivo pero que la producción puede terminar sin futuro en el mercado pues el 90% de queso se produce en la informalidad.

En los últimos años las empresas dedicadas a la producción y transformación de leche han cobrado auge. Actualmente se encuentra en la diversidad de pequeñas empresas que se dedican a la crianza de vacunos lecheros, y más aun a la transformación de productos lácticos, entre ellos: queso tipo paria. Es así que, en el Perú, de un total de 1'764,660 hogares rurales, 486,829 se dedican a la crianza de vacunos (Bojorquez, C., 2012).

En el Perú la tasa de crecimiento de producción de leche en un año fue de 1.9% (AGALEP, 2015). En el distrito de Mañazo, provincia de Puno la producción de leche es de 580,650 litros mensuales en su mayoría, este volumen, se destina a la producción de quesos, yogurt y mantequilla principalmente, durante los últimos decenios, esta actividad, se ha incrementado notablemente, tal es que actualmente, muchas familias rurales se dedican a esta actividad. El costo de producción en el que incurren las pequeñas unidades productoras del queso tipo paria, para producir dicho bien, es uno de los factores determinantes de la rentabilidad. Para poder competir en el ambiente de negocios de hoy, las empresas requieren contar con información sobre los costos y la rentabilidad total del negocio que les permita tomar decisiones estratégicas y operativas en forma acertada (León, M. 2010).

La región Puno está constituida por una superficie de 3937,580 has, y es considerada como una de las regiones pecuarias más importantes del país y Puno, especificando el distrito de Mañazo es una de las provincias ganaderas más conspicuas de Puno.

En la región Puno, en trece provincias se producen 52 toneladas de queso al día en alrededor de 70 plantas. Estas están ubicadas en Azángaro, Huancané, Melgar, Acora, Puno y Taraco, entre otras localidades (DRAP, 2014), teniendo como principales mercados Cusco, Tacna, Moquegua, Arequipa, Lima y el país vecino de Bolivia (PRADERA, 2014). Sin embargo, la mayoría de plantas queseras cuentan con pequeñas instalaciones y en algunos casos son ambientes muy rústicos (Estructuras de adobe y techo de calamina); es así que solo un 10% de queseros cuentan con plantas de procesamiento apropiadas, tanto en infraestructura, equipos e implementos (Quispe, J. 2006).

Muchas de estas empresas desconocen la estructura de costos y el nivel de rentabilidad; lo cual también se da en las plantas queseras del Distrito de Mañazo. Es así que el estudio del desempeño económico en los términos señalados es una necesidad.

En la actualidad, el tema de lácteos tiene importante significado a nivel mundial, particularmente en el Perú y la región Puno, tanto desde el punto de vista alimenticio como de la actividad productiva. En efecto, los productos lácteos constituyen parte importante de la dieta de las personas de toda edad, y por otro lado, la demanda creciente de productos lácteos, ha dado lugar al surgimiento de un atractivo negocio para los empresarios del sector.

En el distrito de Mañazo, la producción de leche es de 580,650 TM/año, en su mayoría, este volumen, se destina a la producción de quesos, yogurt y mantequilla principalmente, durante los últimos decenios, esta actividad, el costo de producción en que incurren los productores individuales, para producir una unidad de queso tipo paria, es uno de los factores determinantes de la rentabilidad. Para poder competir en el ambiente de negocios de hoy, las empresas requieren contar con información sobre los costos y la rentabilidad total del negocio que les permita tomar decisiones estratégicas y operativas en forma acertada. Contar con este tipo de información de manera precisa y oportuna sirve de base al productor de una microempresa para buscar maximizar el rendimiento del negocio (León, M. 2010).

VI. HIPOTESIS DEL TRABAJO

a. Hipótesis general.

Si los resultados económico financieros de la gestión del plan de marketing estratégico y competitivo son bajas, entonces el plan de marketing,

estrategias competitivas en el contexto del plan estratégico de los productores de queso “tipo paria” con tecnología intermedia en el distrito de Mañazo – región Puno en el periodo 2021, no son adecuados.

b. Hipótesis específicas:

- Si los resultados económicos – financieros de los productores de queso tipo paria con tecnología intermedia en el distrito de Mañazo – Región Puno son bajas, entonces el plan de marketing mix utilizados no son los adecuados.
- Si los resultados económicos – financieros de los productores de queso tipo paria con tecnología intermedia en el distrito de Mañazo – Región Puno son limitadas, entonces las estrategias competitivas aplicadas en el mercado del queso no son efectivas y tienen limitaciones.

VII. OBJETIVOS DEL TRABAJO

Objetivo general.

Determinar y analizar la gestión del marketing estratégico y competitivo, tomando en consideración el plan de marketing, la estrategia competitiva y el plan estratégico de los productores de queso “tipo paria” con tecnología intermedia en el distrito de Mañazo – región Puno para el periodo 2021.

Objetivos específicos.

- Determinar y analizar el plan de marketing mix utilizado por los microempresarios de queso tipo paria con tecnología intermedia en el marco del plan estratégico en el distrito de Mañazo en la región Puno.
- Determinar y analizar la estrategia competitiva aplicadas por los microempresarios de queso tipo paria con tecnología intermedia en el distrito de Mañazo en la región Puno.

VIII. METODOLOGIA

La primera característica del método científico es su naturaleza convencional, la de servir de marco de generación del conocimiento objetivo. Por ello existen múltiples características en función de la perspectiva con que se clasifiquen, se estudien e incluso se denominen.

El método de la investigación a utilizar para dar respuesta a los objetivos planteados en la presente investigación es el INDUCTIVO dado que la investigación es cualitativa en donde el enfoque cualitativo tiene como característica, explora los fenómenos en profundidad se conduce básicamente en ambientes naturales, los significados se extraen de los datos, no se fundamenta en la estadística, no tiene secuencia lineal, sus bondades son profundidad de significados, amplitud, riqueza interpretativa y contextualiza el fenómeno.

El método inductivo de la investigación cualitativa o método cualitativo es un método de investigación usado principalmente en las ciencias sociales que se basa en cortes metodológicos basados en principios teóricos tales como la Fenomenologías, Etnometodología, interaccionismo simbólico y la hermenéutica enfocado en la interacción social, empleando métodos de recolección de datos que son no cuantitativos, con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan los correspondientes.

La investigación cualitativa, explica a la investigación participativa, en el que trata de una actividad que combina, la forma de interrelacionar la investigación y las acciones en un determinado campo seleccionado por el investigador, con la participación de los sujetos investigados. El fin último de este tipo de investigación es la búsqueda de cambios en la comunidad o población para mejorar las condiciones de vida.

Es una metodología que permite desarrollar al investigador un análisis participativo, donde los actores implicados se convierten en los protagonistas del proceso de construcción del conocimiento de la realidad sobre el objeto de estudio, en la detección de problemas y necesidades y en la elaboración de propuestas y soluciones y transformación social

- a. Aborda lo significativo y las acciones de los agentes económicos y la manera en que estos se vinculan.
- b. No solo lograra explicar los fenómenos microeconómicos, sino que aspira comprenderlos en términos de factores económicos - sociales.
- c. Sus métodos no delimitan a priori los posibles hallazgos y sus indicadores de variación, sino que describen, analizan y explican la realidad existente o incluso aquellos que no se tenían en cuenta o no conocían según los determinantes específicos de cada caso, lo que aumenta la agudeza analítica del objeto de investigación

El método de la investigación a utilizarse para dar respuesta a los objetivos planteados es el analítico, siguiendo el procedimiento inductivo - deductivo, o sea de la observación o de lo particular a lo general y de lo general a lo particular.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Baca, G. (2016) *"Influencia de la asistencia técnica en el ingreso económico de los productores cacaoteros del distrito de Chazuta en el periodo 2013 - 2016"*. [Tesis para Obtener el grado de Magister den Gestión Publica en la Escuela de Posgrado Universidad Cesar Vallejo]

Ccalla, L. (2017). *"Factores que influyen en la rentabilidad de la producción del queso tipo paria en el distrito de Umachiri - Melgar - Puno 2015"*. [Tesis para optar el título profesional de licenciada en Nutrición Humana, Universidad Nacional del Altiplano]

Chambilla, B. (2016). *"Costo y rentabilidad de la fibra de alpaca de los productores alpaqueros del distrito de Santa Rosa Mazocruz, Periodo 2012"*. [Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Economista, Universidad Nacional del Altiplano]

Chávez, D. (2017). *"Costos de Producción de Cacao orgánico y su influencia en la rentabilidad de los socios de la Cooperativa ACOPAGRO,*

Huallaga 2016". [Tesis para Obtener el Título Profesional de Economista. Universidad Cesar Vallejo. Facultad de Ciencias Empresariales].

Condori, C. (2007) "Manual del queso Melgar"

Sánchez, J. (2012). *"Rentabilidad productiva de leche y queso en la sostenibilidad del CIP Illpa"*. [Tesis para optar el grado académico de Magister Scientiae en Gestión de Recursos Naturales y Medio Ambiente en la Escuela de Posgrado, Universidad Nacional del Altiplano, Maestría en Desarrollo Rural].

Suca, G y Suca, C (2011) *"Manual técnico de devolución y capacitación agroindustrial, segunda edición"*

Statun, W., Etzel, M & Walker, B. (2004) *"Fundamentos del Marketing"*

Vásquez, E. (2018). *"Análisis del costo de producción de leche y queso y su rentabilidad en la unidad de producción San Francisco"*. [Tesis para optar el título profesional de Contados Publico. Universidad Nacional del Altiplano, facultad de Ciencias Contables y Administrativas].

X. USO DE LOS RESULTADOS Y CONTRIBUCIONES DEL PROYECTO

(Señalar el posible uso de los resultados y la contribución de los mismos)

El resultado de la presente investigación se presentará en su versión de informe final al Vicerrectorado de Investigación de UNA — Puno y posteriormente en su expresión de artículo científico en la revista de investigaciones Alto Andinas de la Universidad Nacional del Altiplano. Para su publicación. Además se alcanzara los resultados a los productores individuales de queso de la Cuenca de Mañazo, para su conocimiento y mejoras.

XI. IMPACTOS ESPERADOS

1. *Impacto en ciencia y tecnología*

Se espera aportar a la mejora del uso de estrategias del marketing mix comercial en la gestión del plan de marketing estratégico y competitivo de los productores de queso tipo paria con tecnología intermedia en el distrito de Mañazo región Puno.

2. *Impacto económico*

Se espera mejorar los indicadores económicos – financieros de los productores de queso tipo paria con tecnología intermedia en el distrito de Mañazo región Puno.

3. *Impacto social*

Lograr capacitar al personal involucrado en el proceso de gestión del plan de marketing estratégico y competitivo en el manejo de las técnicas del marketing mix, contribuyendo en la mejora de su producción y productividad comerciales de los microempresarios de queso tipo paria.

4. *Impacto ambiental*

Los resultados finales de la investigación buscara amenguar el impacto medio ambiental a partir de la mejora en el tratamiento de la materia prima fundamental que es la leche tanto en proceso de acopio, conservación y manipuleo durante el proceso de transformación, así como en el uso de los utensilios como también el acondicionamiento de la infraestructura utilizada en el proceso de elaboración del queso.

XII. RECURSOS NECESARIOS

Para el desarrollo del proyecto de investigación se requerirá como medios de intervención sobre el proyecto de objeto de investigación lo sigue: 01 computadora personal, software adecuado, 01 USB, material bibliográfico de diferentes fuentes y un financiamiento para los gastos de material de exritorio, transporte y similares.

XIII. LOCALIZACION DEL PROYECTO

El proyecto se encuentra localizado en el distrito de Mañazo de la provincia de Puno y de la región Puno – Perú

XIV. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	PERIODO												
	AÑO: 2022												
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
Observación directa (trabajo de campo)	X												
Revisión de bibliografía	X												
Formulación del proyecto	X	X											
Presentación del proyecto	X	X											
Elaboración de la ficha de encuetas		X	X										
Selección y capacitación de encuestadores				X	X								
Lanzamiento de la primera etapa de encuestas						X							
Revisión de las encuestas (primera etapa)							X						
Lanzamiento de la segunda etapa de encuestas					X	X	X						
Revisión de las encuestas (segunda etapa)					X	X	X						
Tabulación de las encuestas definitivas						X	X						
Sistematización estadística de los datos							X						
Interpretación de los resultados						X	X						
Redacción de borrador del informe								X	X				
Revisión del borrador del informe										X	X		
Presentación del informe final												X	

XV. PRESUPUESTO REQUERIDO

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio sub total
Papel bond	millar	05 :	12.00	70.00
Transporte (combustible)	Global	05	100.00	700.00
Fichas de encuestas	Global	120	10.00	1200.00
Viáticos de encuestadores	Global	15	20.00	300.00
Equipos de computo	Global	01	2500.00	2500.00
Impresión	Global	01	100.00	100.00
Sistematización del informe	Global	01	2000.00	1000.00

Otros				00.00
TOTAL				7 370.00

Puno, 10 de enero de 2022