

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD  
DEL CUSCO**

**ESCUELA DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN ECONOMÍA  
MENCION PROYECTOS DE INVERSIÓN**



**SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE CARNE DE CUY  
EN LA CIUDAD DE CUSCO - 2017**

**TESIS PRESENTADA POR:**

**Br. HENRY CHACACANTA HUARI**

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO  
EN ECONOMÍA MENCION PROYECTOS DE INVERSIÓN.**

**ASESOR:**

**MG. JAIME MAXI CALLE**

**CUSCO-PERÚ**

**2022**

## RESUMEN

La finalidad del presente trabajo de investigación, tiene como fundamento principal, identificar los diversos segmentos que consumen carne de cuy en los cinco distritos metropolitanos de Cusco en el año 2017. Para lograr este fin, se recurre a la técnica estadística multivariada del Análisis de Clúster; como parte del proceso de segmentación, en principio, se efectúa un análisis descriptivo de la información, posteriormente, mediante el uso de herramientas estadísticas como son, los métodos de agrupación de variables y las medidas de distancia, se obtiene dos segmentos de consumidores del producto, claramente diferenciables entre sí.

Inicialmente, se aplica una encuesta referida al comportamiento de las personas al momento de consumir carne de cuy en nuestra ciudad, seguidamente, a través de un análisis descriptivo de la data, se logra concluir que, la mayor parte del consumo de cuy en Cusco, es generalmente del tipo ocasional, además es elegido principalmente por el sabor que posee la carne y finalmente, se encuentra diferencias en el consumo de acuerdo a ciertas características sociodemográficas.

El proceso del análisis de conglomerados permite identificar dos segmentos. El primero designado como “*Consumidores Exigentes*”, a causa de un consumo más habitual del producto; al ser más habituales, poseen un consumo más diversificado; en su mayoría está formado por personas de sexo femenino con ingresos medios altos. Al siguiente segmento se le nombra “*Consumidores Ocasionales*”, conformada mayoritariamente por varones, con ingresos económicos medios bajos y que demandan el bien cárnico sobre todo en ocasiones especiales. Esta información es muy relevante, ya que, permite diseñar un plan de marketing de manera particular para cada segmento y así mejorar el posicionamiento del producto en el mercado provincial.

**Palabras Claves:** Análisis de Clúster, Segmentación, Carne de Cuy, Cusco.