

**UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN”
FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
ESCUELA PROFESIONAL DE MEDICINA VETERINARIA
CARRERA PROFESIONAL DE MEDICINA VETERINARIA**



**FACTORES RELACIONADOS CON EL CONSUMO DE
POLLOS BENEFICIADOS EN MATADEROS
CLANDESTINOS DEL DISTRITO DE VILLA MARIA DEL
TRIUNFO LIMA - 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
MÉDICO VETERINARIO**

TESISTA:

JOSEPH SOTO GHIGGO

ASESOR:

Dr. WILDER JAVIER MARTEL TOLENTINO

HUÁNUCO - PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mi familia, mi novia y a mis profesores
Por creer en mi capacidad, tenerme paciencia
y comprensión, y estar en cada etapa de mi
crecimientos personal y profesional.

AGRADECIMIENTOS

. A la Facultad de Medicina Veterinaria de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, por haberme permitido la oportunidad de realizar este trabajo.

. A mi asesor Dr. Wilder Javier Martel Tolentino por su apoyo en la realización de la tesis.

. Al programa de Fortalecimiento e investigación (PROFI), que por medio del ciclo de asesoramiento de tesis virtual me ha brindado todas las herramientas para poder concluir la presente tesis

FACTORES RELACIONADOS EN EL CONSUMO DE POLLOS BENEFICIADOS EN MATADEROS CLANDESTINOS DEL DISTRITO DE VILLA MARIA DEL TRIUNFO LIMA – 2021

Bachiller: JOSEPH SOTO GHIGGO

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo identificar la existencia de factores asociados al consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos, se determinó el porcentaje de dichos factores relacionados a la población de los consumidores finales a través de una encuesta. La encuesta se ejecutó por medio de fichas técnicas conformadas por preguntas dicotómicas cerradas, la población de encuestados estuvo definida por la fórmula de población finita conformada por 365 personas, siendo el resultante de la toma de muestra de una población total de 200 mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo, Lima Perú, de los cuales se utilizó solo el 10 por ciento de la población resumiendo a un total de 20 mataderos donde se escogió al azar un mercado aledaño a la zona por matadero clandestino. Los resultados de la encuesta se determinaron realizando cuadros de doble entrada y se evaluaron los indicadores de los factores que condicionan el consumo de pollos sacrificados en los mataderos clandestinos a través del sistema spss, se realizó una comparación de porcentajes de los factores que consistió en la elaboración de cuadros de resumen, tablas de frecuencia y gráficas.

Palabras clave: *matadero clandestino, consumidor, pollos, factores, influencia, salud publica*

**RELATED FACTORS IN THE CONSUMPTION OF CHIKEN BENEFITED IN
CLANDESTINE SLAUGHTERHOUSES IN THE DISTRICT OF VILLA MARIA DEL
TRIUNFO - 2021**

Bachelor: JOSEPH SOTO GHIGGO

SUMMARY

The objective of this research work was to identify the existence of factors associated with the consumption of chickens benefited in clandestine slaughterhouses, the percentage of said factors related to the population of final consumers was determined through a survey. The survey was carried out by means of technical files made up of closed dichotomous questions, the population of respondents was defined by the finite population formula made up of 365 people, being the result of taking a sample of a total population of 200 clandestine slaughterhouses in the district of Villa Maria del Triunfo, Lima Peru, of which only 10 percent of the population was used, summarizing a total of 20 slaughterhouses where a market adjacent to the area was randomly chosen as a clandestine slaughterhouse. The results of the survey were determined by making double entry tables and the indicators of the factors that condition the consumption of chickens benefited in clandestine slaughterhouses were evaluated through the SPSS system, a comparison of percentages of the factors was made, which consisted of the preparation of summary tables, frequency tables and graphs

Keywords: clandestine slaughterhouse, consumer, chickens, factors, influence, public health

ÍNDICE

	Pág.
CARATULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Fundamentación del problema de investigación.....	3
1.2 Formulación del problema de investigación general y específicos.....	4
1.2.1. Problema general.....	4
1.2.2. Problemas específicos.....	4
1.3 Formulación de objetivos general y específicos.....	5
1.3.1. Objetivo general.....	5
1.3.2. Objetivos específicos.....	5
1.4 Justificación.....	5
1.5 Limitaciones.....	6
1.6 Formulación del Hipotesis generales y específicos.....	7
1.6.1. Hipotesis general.....	7
1.6.2. Hipotesis específicas.....	7
1.7 Variables.....	8
1.7.1. Variable dependiente.....	8
1.7.2. Variables independientes.....	8
1.8 Definición teorica y Operacionanización de variables.....	10

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	12
2.1. Antecedentes.....	12
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	12
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	13
2.2. Bases teóricas.....	14
2.2.1. Produccion avicola en el Peru.....	14
2.2.2. La Avicultura en Lima metropolitana.....	15
2.2.3. Consumo de la carne de pollo en el Perú.....	15
2.2.4. Conducta del consumidor de carne de Pollo.....	15
2.2.5. Reglamento Sanitario de los centros de Faenamiento.....	16
2.2.6. Antecedentes.....	17
2.2.6.1. Antecedentes generales.....	17
2.2.6.2. Antecedentes ancestrales.....	18
2.2.7. Bioseguridad de la industria avicola	18
2.2.8. Centro de beneficios de pollos.....	18
2.2.9. Tipos de centro de Beneficio de pollos.....	19
2.2.9.1. Centro autorizado.....	19
2.2.9.2. Centro clandestino.....	19
2.2.9. Situacion de los centros de beneficio en el Perú.....	20
2.3. Bases conceptuales.....	20
 CAPITULO III. METODOLOGÍA	 21
3.1. Ambito.....	21
3.2. Población.....	21
3.3. Muestra.....	21

3.4. Nivel y tipo de estudio.....	21
3.4.1. Nivel de Investigación.....	22
3.4.2 Tipo de investigación	22
3.5. Diseño de investigación.....	22
3.6. Metodos, Tecnicas e instrumentos.....	24.
3.7. Procedimiento.....	25
3.8. Tabulación y análisis de datos.....	25
CAPITULO IV. RESULTADOS.....	27
CAPITULO V. DISCUSIÓN.....	80
CONCLUSIONES.....	83
RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS.....	85
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	86
ANEXOS.....	89

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Tabla cruzada autoriza utilizar información con fines de investigación.	28
Tabla 2	Tabla cruzada autoriza utilizar información con fines de investigación “sexo”	29
Tabla 3	Tabla cruzada sexo ¿conoce usted que es un matadero clandestino de pollo?	30
Tabla 4	Tabla cruzada ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? VARIABLE ED SUPERIO.....	31
Tabla 5	¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada? VARIABLE ED SUPERIOR	32
Tabla 6	¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos? VARIABLE SEXO.....	40
Tabla 7	¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio? variable ed superior.....	41
Tabla 8	Prefiere consumir la carne de pollo VARIABLE ED SUPERIOR Fresca (recién beneficiada) Congelada o refrigerada.....	43
Tabla 9	Tabla cruzada SEXO* ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? COLOR.....	45
Tabla 10	Tabla cruzada SEXO* ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? TEMPERATURA.....	51
Tabla 11	Tabla cruzada SEXO* ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? PRECIO.....	51
Tabla 12	Tabla cruzada SEXO* ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? OLOR.....	53
Tabla 13	Tabla cruzada SEXO* ¿prefiere usted comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado?.....	56

Tabla 14 Tabla cruzada SEXO*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: Color es agradable	60
Tabla 15 Tabla cruzada SEXO*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: Queda cerca a su casa	62
Tabla 16 Tabla cruzada SEXO*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: Cortes al gusto del cliente.....	65
Tabla 17 Tabla cruzada SEXO*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: Variación de precios	68
Tabla 18 Tabla cruzada SEXO*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: Sabor es agradable.....	71
Tabla 19 cruzada SEXO*¿acostumbra comer carne de pollo con frecuencia?.....	75
Tabla cruzada SUPERIOR* ¿acostumbra comer carne de pollo con frecuencia? ...	76
Tabla 20 Tabla cruzada SEXO*¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?	77

LISTA DE CUADROS

.

Cuadro 1	Operacionalización de la variable	10
Cuadro 2	Diseño investigación de estudio.....	24

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Encuesta por grupo de genero.....	28
Gráfico 2	Encuesta por grado de instrucción.....	29
Gráfico 3	Grafico pregunta ¿Conoce usted que es un matadero clandestino de pollos? Variable SEXO.....	30
Grafico 4	Grafico ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? VARIABLE ED SUPERIO.....	33
Grafico 5	Grafico ¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada? VARIABLE ED SUPERIOR.....	36
Grafico 6	Grafico ¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos? VARIABLE SEXO.....	38
Grafico 7	Grafico Prefiere consumir la carne de pollo VARIABLE ED SUPERIOR Fresca (recién beneficiada) Congelada o refrigerada	43
Grafico 8	¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco?.....	44
Grafico 9	Grafico Aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco COLOR VARIABLE ED. SUPERIOR.....	46
Grafico 10	Grafico ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? TEMP.....	50
Grafico 11	Grafico ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? PRECIO	52
Grafico 12	Grafico ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? OLOR	53
Grafico 13	Grafico ¿prefiere usted comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado?.....	56
Grafico 14	Grafico Prefiere usted comprar o no en el mercado debido a: Fresco y Caliente VARIABLE ED. SUPERIOR	58
Grafico 15	Grafico usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: Queda cerca a su casa	63
Grafico 16	Grafico usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: Cortes al gusto del cliente.....	66

Grafico 17 Grafico usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: Variación de precios	70
Grafico 18 Grafico usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: F Sabor es agradable	72
Grafico 19 Grafico ¿Acostumbra comer carne de pollo con frecuencia? VARIABLE ED. SUPERIOR	75
Grafico 20 Grafico ¿acostumbra comer carne de pollo con frecuencia?	76
Grafico 21 Grafico Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?.....	78

INTRODUCCIÓN

En los últimos el subsector del pollo de engorde en el Perú ha experimentado un incremento sostenido por el consumo interno, que ha permitido que la carne de pollo se posicione como la proteína animal preferida por los consumidores ya que el pollo es parte de la canasta familiar diaria, por otro lado el expendio de carcasa de pollo faenado fresco en los mercados tiene un proceso, el cual se extiende en actividades técnicas de faenamiento y salud pública para obtener el producto final, el que debe ser inocuo al consumidor, por tanto se requiere de una infraestructura adecuada, que debe cumplir estándares de sanidad de calidad para su funcionamiento. **Bustamante, Mejía (2018)**

Es por ello que el presente trabajo de investigación tiene por motivación determinar la existencia de factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa maría del triunfo.

El consumidor es muy meticuloso al momento de comprar la carne de pollo en primera instancia percibe la calidad de la carne, el color, olor, la apariencia y la facilidad de escoger las piezas para sus preparaciones culinarias. **Pereira J, Paredes L (2005)**

CAPÍTULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Fundamentación del problema de investigación

En el Perú existen instalaciones a las cuales denominamos mataderos clandestinos de pollos, los que están mayormente en los mercados o muy cerca de ellos y que no cumplen ninguna de las normas poniendo en riesgo a la salud pública, las deficiencias detectadas como falta de agua, uso de agua contaminada, falta de medios de refrigeración, y mal proceso de eviscerado, entre otras, pueden conllevar a la contaminación (Heyndrickx, 2002)

En el ámbito económico la carne de pollo es una de las preferidas del consumidor debido a su bajo costo y a su competitividad de precio frente a otras carnes, así mismo los compradores de carne de pollo presentan una fuerte demanda de compra en mercados de abasto y pollerías de barrio, donde solicitan carne “fresca” (sin refrigerar) por su olor, color, textura, por lo mismo que resulta ser un producto con bajo valor agregado (Arenas, 2010)

En el Perú se halló una investigación que hizo hincapié en el comportamiento del consumo de carne de pollo en Lima metropolitana en el comportamiento del consumo de carne de pollo en Lima metropolitana, donde se concluyó que la principal razón de un mayor consumo de carne de pollo es la diversidad de preparación, así mismo evidencia que las personas de mayor ingreso prefieren consumir la carne por el sabor y gusto, en comparación con las personas de menor ingreso, las cuales anteponen consumir carne con mejor precio (Ordoñez, 2011)

por otro lado, el expendio de carnes de pollo faenado fresco en los mercados tiene un proceso, el cual se extiende en actividades técnicas de faenamiento y salud pública para obtener el producto final, el cual debe ser inocuo al consumidor, por tanto, se requiere de una infraestructura adecuada, que debe

cumplir estándares de sanidad de calidad para su funcionamiento. (sunedu - 2018)

la obtención de los factores que estén involucrados en el consumo de pollos beneficiados de manera insalubre, son de mucha importancia ya que se establecerían programas para informar y tomar medidas respecto a estos factores.

1.2. Formulación del problema general y específicos

1.1.1 Problema general

- ¿Cuáles son los factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿El precio del pollo está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021?
- ¿El lugar de expendio está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021?
- ¿Los gustos y preferencias del consumidor están relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021?
- ¿las costumbres del consumidor están relacionadas en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021?
- ¿El conocimiento del consumidor está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021?

1.3. Formulación de objetivos generales y específicos

1.3.1. Objetivo general

- Determinar y dar a conocer los factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos mediante encuestas a los consumidores en el distrito de Villa María del triunfo 2021

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar si el precio del pollo está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021.
- Determinar si el lugar de expendio está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021
- Determinar si Los gustos y preferencias del consumidor están relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021
- Determinar si las costumbres del consumidor están relacionadas en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021.
- Determinar si el conocimiento del consumidor está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2021

1.4. Justificación

El consumo de pollos aporta nutrientes a la dieta diaria de los peruanos; sin embargo, el comercio de carne de pollo se realiza a través de mataderos clandestinos que están en cada mercado o muy cerca a ellos, contaminando y poniendo potencialmente en riesgo la salud pública, **(Pereira J - 2016)**

Existe una serie de aspectos técnicos que implican el manejo de mataderos de pollos en Lima metropolitana, es decir debería existir mataderos tecnificados como lo establece el siente instrumento legal denominado:

Reglamento para el Beneficio y Comercialización de Aves para Consumo Humano, Decreto Supremo N ° 029-2007 fecha 25 de Noviembre de 2007; donde se aplica una serie de controles y mandatos, debido a una serie de factores que permiten mantener en clandestinidad los denominados mataderos de pollos, por tanto no cumplen lo establecido en las leyes. **(Minagri -2007)**

Este trabajo permitió recolectar información de suma importancia, desde el punto de vista de salud pública, sobre los factores relacionados en el consumo de pollos que fueron beneficiados en mataderos clandestino en el distrito de villa maría del triunfo, Lima- Perú. Además, Siendo la carne de pollo un insumo básico en la mesa de los peruanos, se incentiva la iniciativa de informar y propagar este tipo de investigación ya que puede resultar educativo y de provecho al consumidor generando bienestar.

1.5. Limitaciones

La presente investigación no considerará ninguna limitación que impida el desarrollo libre del trabajo.

1.6. Formulación de hipótesis generales y específicas

1.6.1. Hipótesis General

Ho: No existen factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo - 2021

Ha: Si existen factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo -2021

1.6.2. Hipótesis Específicas

Ho1: El precio del pollo no está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ha1: El precio del pollo si está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del

trunfo- 2021.

Ho2: Los gustos y Preferencias no están relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ha2: Los gustos y Preferencias si están relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ho3: El conocimiento del consumidor no está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ha3: El conocimiento del consumidor si está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ho4: La costumbre del consumidor no está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ha4: La costumbre del consumidor si está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ho5: El lugar de Expendio no está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ha5: El lugar de Expendio si está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ho6: La Temperatura del pollo No está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ha6: La Temperatura del pollo si está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ho7: El Sabor y Olor del pollo fresco no está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa

María del triunfo- 2021.

Ha7: El Sabor y Olor del pollo fresco si está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ho8: El Color del pollo fresco no está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ha8: El Color del pollo fresco no está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ho9: La preferencia del corte no está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

Ha9: La preferencia del corte si está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de Villa María del triunfo- 2021.

1.7. Variables

1.7.1. Variable Dependiente

- Precio del pollo
- Lugar de Expendio
- Gustos y preferencias
- Color del Pollo Fresco
- Preferencias del Corte
- Sabor y Olor del Pollo Fresco
- Temperatura del Pollo Fresco
- Conocimiento del Consumidor
- Costumbre del Consumidor

1.7.2. Variable Independiente

- Consumo de Pollos beneficiados en mataderos clandestinos

1.8. Definición teórica y operacionalización de las variables.

1.8.1. Definición teórica

- Precio del Pollo: Cantidad de dinero que permite la adquisición de la carne de pollo **(Arenas A, Mora J, García R, Telles R, Gaytán C 2010)**
- Lugar de Expendio: establecimiento de expendio de alimentos en los cuales se produce, elaboran, preservan, envasan, almacenan, distribuyen, expenden y consumen alimentos y aditivos alimentarios. **(Minsa 2018).**
- Gustos y Preferencias: Percepción del consumidor para elegir calidad de la carne, color, olor, apariencia, y facilidad de escoger las piezas para sus preparaciones culinarias **(Alvarado E, Luyendo J, Téllez R, 2011).**
- Color del Pollo Fresco: Tono de la piel y carne del pollo, la cual puede variar de color blanco azulado a amarillo, todos estos colores relacionados a la especie, ejercicio, edad y dieta. Las aves más jóvenes tienen menos grasa debajo de la piel lo cual puede resultar un color azul y una piel amadilla como resultado de pigmentos en la alimentación, el almacenamiento y refrigeración inadecuado se refleja en el color de la carne de pollo **(Gómez M, 2013).**
- Preferencia del corte: Preferencia de los consumidores al solicitar los tipos de presa, directamente relacionados con los ingresos económicos de las familias y el tipo de preparación para los diversos platos **(Galarza J, Jaramillo H, 2012)**
- Sabor y Olor del Pollo Fresco: Se define como un conjunto de percepciones de estímulos olfato-gustativos que percibimos del pollo fresco permitiendo identificar un alimento y establecer un criterio, agrado o desagrado. El sabor, es el resultado de la estimulación durante la degustación de los sentidos, el olor este inducido por compuestos volátiles del alimento, los cuales estimulan los receptores olfativos a nivel retro nasal, la percepción del sabor depende de sus propiedades táctiles, térmicas y de la sensación de la boca (jugosidad, astringencia, entre otros) **(Gómez M, 2013).**

- Temperatura del Pollo Fresco: Es la propiedad térmica de la carne de pollo fresco, frecuentemente asociada con la frescura y sanidad de la carne. La temperatura del pollo está directamente relacionada al manejo de la carne de pollo desde el sacrificio hasta el consumo **(Gómez M, 2013)**.
- Conocimiento del Consumidor: se define como el grado de instrucción del consumidor, donde predomina el de secundaria completa, nos muestra cómo piensan y actúan los consumidores de pollo, en base a acontecimientos en base a su grado de instrucción. **(Soto C, 2016)**
- Costumbre del Consumidor: se define como la manera habitual de obrar del consumidor de carne de pollo, el cual esta influenciado por factores que determinan como gasta el consumidor, acontecimientos históricos, creencias, costumbres heredadas, lealtad de compra, motivaciones personales. **(Soto C, 2016)**

1.8.2. Operacionalización de las variables

Variables	Tipo de Variable	Indicadores	Escala de medición	Parámetro estadístico
Variables dependientes				
Precio del Pollo	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo por su bajo precio	Nominal	porcentaje
Lugar de Expendio	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo por su fácil accesibilidad	Nominal	porcentaje
Gustos y Preferencias	Cualitativo	Respuesta según las alternativas del entrevistado	Nominal	Porcentaje
Color del Pollo Fresco	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo fresco por su color	Nominal	Porcentaje
Preferencias del Corte	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo por la preferencia del corte	Nominal	porcentaje
Sabor y Olor del Pollo Fresco	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo fresco por su sabor y olor	Nominal	Porcentaje

Temperatura del Pollo Fresco	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo fresco por su temperatura	Nominal	Porcentaje
Conocimiento del Consumidor	Cualitativo	Conocimiento o desconocimiento del consumidor de la prohibición de funcionamiento de camales clandestinos, ilegalidad, condición sanitaria, enfermedades	Nominal	Porcentaje
Costumbre del consumidor	Cualitativo	indica si el consumidor acostumbra comprar y comer la carne de pollo con frecuencia y si estaría dispuesto a cambiar su costumbre	Nominal	Porcentaje
Variables independientes				
consumo de pollos sacrificados en mataderos clandestinos	Cualitativo	Si el consumo de pollos guarda relación con los factores	Nominal	Porcentaje
Variables sociodemográficas				
Sexo	Cualitativo	Hombre/ mujer	Nominal	porcentaje
Grado de instrucción	cualitativo	Superior: si/ no	Nominal	porcentaje

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Realizaron un estudio para conocer los factores que determinan el consumo de carne de pollo en la Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM), la cual es el principal centro de comercialización y consumo de todo tipo de alimentos. Emplearon encuestas, con una muestra de 440 consumidores. **En conclusión, los resultados mostraron que las variables significativas en el consumo de carne de pollo son el número de integrantes por familia, preferencia de la carne, el ingreso, enfermedades o causas de no consumo y el precio. El mayor afecto marginal en la decisión de compra se presenta al aumento la preferencia por la carne de pollo, el precio y las enfermedades serian factores estrechamente relacionadas al consumidor. Arenas, Mora, García, Telles y Gaytán. (2010)**

Estudiaron la tendencia del consumo de los productos cárnicos de los clientes de la corporación Fernández en Ecuador, Esta investigación tuvo como objetivos 1) Desarrollar un estudio de campo a través de encuestas dirigidas a consumidores de un centro cárnico 2). Determinar la percepción, gustos y los factores que influyen en los clientes al momento de elegir el producto carnico de su preferencia. **En conclusión, arrojando resultados significativos en base al consumo de carne de pollo, según las encuestas el 57% de las personas eran de género femenino y el 43% de género masculino, dejando entre ver que son las mujeres las que más acuden a almacenes para compra de productos cárnicos. Según encuestas para el 47% de las personas siendo el porcentaje más alto, el producto cárnico más barato es el pollo. Para el 48% de personas el producto cárnico más usado en su hogar semanalmente es el pollo. Para el 42% de personas el producto cárnico más usado en su hogar por la variedad de platos que se pueden**

preparar es el pollo. Según encuestas para el 32% de las personas siendo el porcentaje más alto dijo que compra pollo por ser tradición prepararlo en casa, Galarzay Jaramillo. (2012)

Determino dentro de las características de calidad de la carne de pollo este debe poseer un color rosado claro, consistencia firme, elasticidad al tacto, exenta de colores y sabores extraños, versátil y un precio asequible para el cliente, **en conclusión todas estas características organolépticas deben estar incluidas en las prioridades del consumidor a la hora de adquirir la carne de pollo por la garantía de adquirir un producto que no afecte a su salud y que no solo satisfaga una necesidad de diversidad y precio. Gómez (2013)**

2.1.2 Antecedentes nacionales

Identificaron los factores socioeconómicos que determinan el consumo familiar de carne de pollo en Huancayo Metropolitano en el año 2014, las variables analizadas fueron el ingreso total del hogar, precio de la carne de pollo, características nutritivas, sabor y fácil preparación, precio de otras carnes y las preferencias, la unidad de análisis fueron los hogares. La investigación fue de tipo descriptiva - explicativa, Se realizaron 382 encuestas de acuerdo a la muestra **en conclusión como resultado que los factores socioeconómicos que determinan el consumo familiar de carne de pollo en Huancayo Metropolitano son: el ingreso total del hogar, el precio de carne de pollo, características nutritivas, sabor y fácil preparación, también se identificó la relación directa entre el ingreso familiar y el consumo de carne de pollo, teniendo el mismo comportamiento de un bien normal, asimismo se identificó que la variable cualitativa que mayor influye son las características nutritivas presentando el comportamiento de un tipo de demanda inelástico. Pérez, Quincho (2014)**

Se analizó los canales de comercialización de pollo en Iquitos, recogiendo información en cada uno de los eslabones. Luego, se estudiaron los datos y se validaron las hipótesis. Al analizarse la cadena de comercialización del pollo en Iquitos, **en conclusión, se pudo identificar los eslabones que la componen, estando conformada por los productores, las avícolas mayoristas, los minoristas, los supermercados, las pollerías y el consumidor final. La empresa “Don Pollo Loreto SAC “es la principal productora de pollo en Iquitos llegando a colocar**

en el mercado 22,000 unidades diarias, lo que representa el 80.00% del mercado, los “productores” o granjas se ubican principalmente en el distrito de San Juan Bautista, en la zona rural, desde donde abastece a las “Avícolas Mayoristas” Pereira, Paredes (2015)

Se determinó los hábitos y preferencias del consumo de carne mediante un método científico en el distrito de Huancavelica, Realizaron un estudio de tipo descriptivo; las personas fueron seleccionadas mediante un muestreo aleatorio simple. La población de la unidad de estudio fue 138 personas entrevistadas del distrito de Huancavelica. La técnica fue la encuesta. **En conclusión, un gran porcentaje de personas del distrito de Huancavelica tienen preferencia por el consumo de carne de pollo, lo que muestra que la población de Huancavelica es básicamente consumidora de esta carne. la preferencia por la carne de pollo, el precio y las enfermedades o causas de no consumo, mientras que el ingreso y el número de integrantes tienen un efecto menor en las probabilidades de consumo. Izarra y Zúñiga (2019).**

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Producción avícola en el Perú

El encuentra entre los principales productores avícolas, teniendo un incremento constante en este sector. En el año 2015 presentó un 7.8% de incremento en relación al año 2014 teniendo una participación de 1.5% del ProductoBruto Interno del Perú, representando el 60% del valor de la producción pecuaria y el 25% de la producción agropecuaria Para el año 2015 se han producido 676.000.000, 1.330.000 toneladas de carne de aves, teniendo un consumo per cápita de carne de ave de 43.05 kg/habitante país y 76.4 kg/habitante en la ciudad de Lima, produciendo el sector 7.352.000.000 nuevos soles **(MINAGRI SENASA, 2016)**. La producción avícola, que incluye la producción de pollos, gallinas, pavos y patos, llegó a registrar 1,202,614 TM durante el año 2013, 2.7% más respecto del año 2018, según estadísticas del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI). El pollo representa un poco más del 90% de la población de estas aves, La mayor concentración de la producción de pollos se encuentra cercana al litoral 93% de laproducción nacional, el sistema de manejo de las granjas en el Perú es de forma

intensiva. El 7% restante se considera como producción familiar en sierra y selva **(Pereira, Paredes, 2015)**.

2.2.2 La Avicultura en Lima Metropolitana

Se vendieron 250.138.000 unidades de pollo y 700.354.000 kilogramos de carne de pollo para el consumo de Lima Metropolitana **(Minagri 2017)**. Es común ver que existen camales clandestinos de beneficio de pollos, los cuales no cumplen con las normas mínimas de salubridad, por lo que se han registrado varios operativos a estos centros, en el cual tanto la policía fiscal en conjunto con representantes del servicio nacional de sanidad y calidad agroalimentaria (SENASA), personal del área de salud y fiscalización de la Municipalidad de La Victoria hallaron cerca de dos toneladas de aves con peso adulterado y en mal estado de conservación **(Diario el Comercio 2019)**.

2.2.3 Consumo de la Carne de Pollo en el Perú

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) al 2011, el Perú ocupaba el puesto dieciséis en consumo anual por habitante de pollo, con 35 Kg. En el año 2012, el consumo de pollo per cápita en Perú habría llegado a los 39 Kg. Este valor representa un consumo bastante alto para nuestro país, teniendo en consideración que el consumo per cápita de otras carnes como el cerdo es de 4.7 Kg. año **(Medrano, 2013)**.

2.2.4. CONDUCTA DEL CONSUMIDOR DE CARNE DE POLLO

Establece que la carne de pollo es totalmente inelástica al precio propio, de tal manera que por más que el precio se incremente. Se sostiene la demanda estable o muestra una tendencia a crecer, esto se debe a factores externos como: campañas publicitarias que hacen ver que es un producto saludable, etc. **(Galvis, 2000)** La carne de pollo es una de las preferidas en la mesa del consumidor debido a su valor nutritivo y su bajo costo. La demanda de la carne de pollo se encuentra directamente relacionada con factores como el ingreso familiar y su precio, además se valoran variables como: la escolaridad, preferencias de corte, servicios y el expendio que la

vende **(Alvarado, Luyando, Téllez, 2012)**. En el Perú se halló una investigación que hizo hincapié en el comportamiento del consumo de carne de pollo en lima metropolitana, donde se concluyó que la principal razón de un mayor consumo de carne de pollo, es la diversidad de preparación, así misma evidencia que las personas de mayor ingreso prefieren consumir la carne por el sabor y gusto, en comparación con las personas de menor ingreso, las cuales anteponen consumir carne con menor precio **(Ordoñez, 2003)**.

2.2.5. REGLAMENTO SANITARIO DE LOS CENTROS DE FAENAMIENTO

Decreto supremo N° 029- 2007, Capitulo V, articulo 42, anexo 5, expresa las practicas establecidas para el proceso de faenamiento del sector avícola en el cual se detalla:

1. Las personas que intervengan en el faenamiento de las aves no deberán sufrir de enfermedades que pongan en peligro la inocuidad del producto faenado.
2. Las personas deberán lavarse cuidadosamente y obligatoriamente las manos con jabón y agua potable, antes de iniciar el trabajo y después de hacer uso de los servicios higiénicos o después de manipular materias contaminantes y cuando fuere necesario.
3. El faenamiento se iniciará con la vestimenta apropiada y en buenas condiciones.
4. El equipo a usarse deberá limpiarse con regularidad durante la jornada de trabajo.
5. Las aves antes de ser beneficiadas serán examinadas a satisfacción del profesional responsable del establecimiento.
6. Las aves serán insensibilizadas o aturdidas con medios apropiados.
7. El degüello, sangrado, escaldado y desplume se hará evitando la contaminación cruzada en cada uno de estos procesos.
8. El agua del escaldado estará sujeta a renovación constante y los depósitos para el escaldado deberán ser vaciadas e higienizadas por lo menos una vez al día o cuando lo disponga el profesional

- responsable.
9. El equipo de sangrado y los recipientes para recolectar la sangre deberán ser de material inoxidable y de fácil higienización.
 10. En la operación del desplume, las plumas deberán ser conducidas a la zona de depósito, o de desechos evitando la acumulación de las mismas en el área de faenamiento.
 11. La evisceración se efectuará a continuación del sangrado y desplumado, para evitar que la descarga de las vísceras y menudencias produzca mayor contaminación.
 12. Antes de lavar las carnes de ave, deberá asegurarse que estas no están contaminadas por las plumas de ave, los excrementos, entre otros, y en caso que esté contaminada se deberá cortar y eliminar toda la sección contaminada.
 13. El lavado exterior de las carcasas se hará por aspersión utilizando agua potable, durante toda la etapa de evisceración, e interiormente una vez culminada.
 14. Cuando se faenen especies diferentes, en un mismo centro de faenamiento, estas se realizarán en horarios distintos y previa desinfección total de los ambientes y equipos entre ambos procesos.
 15. No estará permitida la presencia de animales domésticos ajenos a la actividad, en las zonas de faenamiento, menudencias, y otras que signifiquen riesgo sanitario, bajo responsabilidad del titular del registro y el profesional responsable.
 16. Todas las personas ajenas no autorizadas deberán estar alejadas de las áreas de faenamiento de aves **(MINAGRI, 2018)**

2.2.6. ANTECEDENTES

2.2.6.1. Antecedentes generales

En la cultura peruana la carne más apreciada es la de pollo, por ser equilibrada en relación con el cuerpo humano y su valor culinario. Su caldo es recomendada como reconstituyente para las personas enfermas o convalecientes. Los sesos se prescribían para reforzar

funciones cerebrales. **(Jordi S, Pilar G, José María S)**

2.2.6.2. **Antecedentes ancestrales**

El origen de la relación de esta especie con el humano se remonta al Neolítico, pasando por china, Europa; en Egipto ya hay constancia de avicultores. Los avances de la ciencia, y conocimientos higiénico-sanitarios, permitieron que la carne de pollo se convierta en un producto habitual en el día de hoy En el islam, ibn al -jatib considera la carne de pollo como la mejor entre las carnes de ganado, ya que en el islam excluye de la dieta la carne de cerdo. La carne de pollo se preparaba frita, cocida y asada **(Jordi S, Pilar G, José María S)**

2.2.7. **BIOSEGURIDAD DE LA INDUSTRIA AVICOLA**

La bioseguridad, debe desterrar la inseguridad de la sanidad avícola en las empresas del sector, con la finalidad de que el retorno económico y la inversión sean seguros, utilizando criterio y aseguramiento de calidad; para ello las integraciones avícolas deben preocuparse en implementar diseños de bioseguridad que estructuren normas y procedimientos estandarizados por áreas productivas, zonas o regiones **(Gonzales, 2016)**. En la actualidad el beneficio de animales en camales bordea el 50% siendo el otro restante vendidos vivos y sacrificados informalmente. En los últimos años se busca la alta competitividad a través de la reducción de costos de producción, uso de economías de escala, mayor volumen de producción por empresa con mayor eficiencia productiva y operativa a fin de poder permanecer en el negocio **(MINAGRI 2017)**.

2.2.8. **Centro de beneficio de pollos**

Un centro de beneficio de aves es una instalación autorizada por el senasa en la que se benefician pollos para su posterior procesamiento, almacenamiento y comercialización de carne o subproductos de pollo **(MINAGRI 2016)**

2.2.9. Tipos de Centros de Beneficio de Pollos

2.2.9.1. Centro de Beneficio Autorizado

Son establecimientos con instalaciones donde se beneficia a gran y mediana escala, cuentan con un equipo adecuado y procedimientos para minimizar la contaminación. Los procedimientos son automáticos y el contacto de las aves con las superficies o los trabajadores avícolas se reduce al mínimo. La automatización permite un control eficaz de la higiene, los residuos, etc. Estas soluciones técnicas y controles garantizan la entrega de un producto altamente inocuo **(SENASA 20217)**.

2.2.9.2. Centro de Beneficio Clandestino

Los centros de beneficio clandestinos son establecimientos que están distribuidos en todo el país donde se realizan actividades como beneficio a mediana y pequeña escala, con mínima o escasa bioseguridad. Ingresan aves provenientes de centros de acopio y son beneficiadas para expendio directo al público consumidor o distribución de impacto urbano localizado se refiere el autor a que este tipo de beneficio a pesar de estar prohibido se realiza en los mercados de expendio, así como en lugares cercanos a ello poniendo en riesgo la salud pública **(Zegarra, Palomino, Ramos, Manzanero, Angulo, Alvarado 2004)**. Un mal proceso del beneficio es el principal factor que favorece a la aparición de brotes de infección alimentaria, a menudo se debe a la poca higiene personal de los manipuladores de alimentos. Si después del beneficio el almacenamiento se realiza a temperaturas que favorecen el crecimiento de las bacterias. Los obreros de los canales que manipulan las canales, instrumentos y equipos contaminados. Pueden actuar también como vectores para la contaminación cruzada de las canales **(Nicholson 2005)**. En producción avícola en el Perú, Las deficiencias detectadas como falta de agua, uso de agua contaminada, falta de medios de refrigeración, y mal proceso de eviscerado, entre otras, pueden conllevar a la contaminación de la canal con *Salmonella* spp. Es de esperarse que mejoras en las prácticas de higiene en estos centros de beneficio puedan reducir significativamente

este riesgo (Heyndrickx, Vandekerchove, Hernan, Rollier, Grijspeerdt, Zutter, 2002).

2.2.10 SITUACION DE LOS CENTROS DE BENEFICIO CLANDESTINO EN PERÚ

El trabajo de investigación: “Estudio de prefactibilidad para la implementación de un camal frigorífico con estándares de calidad internacional en la ciudad de Chiclayo (2013)” , señala: que no existen camales que cumplan con los requerimientos mínimos establecidos por los organismos que norman el funcionamiento de estos establecimientos (SENASA, Ministerio de Salud del Perú, instituto Nacional de Defensa Civil), por lo que la existencia de camales clandestinos es común y en estos no se brindan garantía alguna, de salubridad; pudiendo ser focos infecciosos para los operadores y consumidores (**Pachon, Oruna 2013**).

2.3. Bases conceptuales

2.3.1 Definición de bases conceptuales

2.3.4. Encuestas: Serie de interrogatorios que se hace a personas de una población para reunir datos o para revelar la opinión pública sobre un contenido determinado. **SITUACION DE LOS CENTROS DE BENEFICIO CLANDESTINO EN PERÚ**

-

- Población: Conjunto de seres vivos de la misma especie o con las mismas características que habitan en un lugar y tiempo determinado.
- Grado de instrucción: Es el grado más elevado de estudios alcanzados y terminados por la persona.

CAPITULO III
METODOLOGIA

3.1 Ámbito

3.1.1 Periodo de Estudio

El estudio se llevó a cabo durante los meses de enero a mayo del 2021.

3.1.2 Lugar del estudio

Las encuestas se realizaron dentro de los mercados aledaños a los mataderos clandestinos de pollos en el distrito de Villa María del triunfo en el periodo de 2021

3.2 Población

La población existente de mataderos clandestinos de pollos en el Distrito de Villa María del Triunfo (VMT) des de 200 centros clandestinos, los cuales son suministro de los mercados de abasto de dicho distrito. Tomando 30 encuestados por mercado, mi población seria de 6000 personas.

-Criterios de inclusión

-Para el presente trabajo tuvo en consideración solo los consumidores de pollo que se encontraban dentro de los mercados ubicados únicamente en el distrito de Villa el Salvador

-Criterios de exclusión

- Los consumidores de pollo que no se encuentran dentro de los mercados no pertenecientes al distrito de Villa maría del Triunfo
- Personas menores de 18 años.

3.3 Muestra

Se realizo la determinación del tamaño de la muestra a partir del uso de la fórmula para población infinita a partir de proporciones siendo la fórmula utilizada la siguiente;

$$n = (\sigma^2 pq) / e^2$$

en donde:

σ = nivel de confianza

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

n = número de elementos (tamaño de muestra)

e=error de estimación (precisión de los resultados)

aplicando la formula

$$384.16 = \left(\left[1.96 \right]^2 \times 0.5 \times 0.5 \right) / \left[0.05 \right]^2$$

95% de nivel de confianza

0.5 probabilidad a favor

0.5 probabilidad en contra

385 número de elementos

5% error de estimación

Realizando el redondeo vamos a utilizar el numero entero inmediato superior, siendo el utilizado para el desarrollo de la investigación 385.

Utilizando el 10% de la población total de mataderos clandestinos resumiendo un total de 20 camales, se aplicó la fórmula de población finita, donde se encuesta a los consumidores de pollo beneficiado en dichos centros, 385 encuestados divididos en 20 mercados.

3.4 Nivel y tipo de estudio

3.4.1. Tipo de investigación.

El presente trabajo de investigación es de nivel longitudinal prospectivo, ya que busca describir un fenómeno social en un área determinada. Se describen parámetros con intervalos de confianza.

3.4.2. Nivel de investigación.

Es un estudio de tipo **descriptivo**, debido que al determinar los factores relacionados en el consumo de pollos sacrificados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo, se busca determinar y relacionar factores, seleccionar a las variables que pudieran estar relacionadas al consumo de pollos beneficiados en estos mataderos mediante la perspectiva del consumidor.

3.5 Diseño de investigación

El diseño y esquema de la investigación es ecológico siendo el siguiente: es trabajo en 20 mercados los cuales fueron muestreados en 10 días (2

mercados por día) se seleccionaron consumidores de manera aleatoria para posteriormente encuestarlos.

Días	Mercados																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	x	X																		
2			X	x																
3					x	x														
4							x	x												
5									x	X										
6											X	x								
7													X	x						
8															x	x				
9																	x	x		
10																			x	x

Tabla 01. Diseño de la investigación del estudio

Fuente: Elaboración propia

3.6 Métodos, técnicas e instrumentos

3.6.1 Métodos y técnicas

Los métodos en el desarrollo del trabajo de investigación fueron los siguientes:

- Se hizo uso de una encuesta (**Anexo 2**) para poder recabar información general para el desarrollo del trabajo de investigación serán: 385 consumidores de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo 2021
- Se dividen los encuestados en grupo de 19 personas en 19 mercados y un mercado con 24 encuestados. Dando un total de 385 encuestados.
- Las encuestas se realizarán en el transcurso de dos semanas.
- Se utilizará fichas técnicas para las encuestas con preguntas validadas orientadas al conocimiento del objetivo

3.6.2 Instrumento

El instrumento para la recolección de datos requeridos para el desarrollo del trabajo de investigación fue el siguiente:

- Es una encuesta diseñada para los consumidores de carne de pollo con 12 preguntas y un cuadro de doble entrada, teniendo en cuenta

(Anexo 2):

3.6.3 Materiales

- Chaquetas o camisetas.
- Mapas del distrito de Villa María del Triunfo.
- Formatos de encuesta.
- Lapiceros.
- Foto-check para identificación del Médico.
- Cámara fotográfica.
- Tablero.
- Papel bond.
- Laptop/Computadora.
- Guantes para manipulación

3.7 Procedimiento

3.7.1 Encuestas

Se realizaron encuestas (Anexo 2), a las personas seleccionadas para el estudio, con el fin de recopilar información sobre los factores relacionados al consumo de pollo beneficiados en mataderos clandestinos

3.7.2 Recopilación de datos

Los datos recopilados de dichas encuestas fueron llevados al programa de computadora "Microsoft Excel", donde fueron agrupados en tablas

3.7.3 Análisis estadístico

Se realizó un análisis estadístico de los distintos factores encontrados y sus variables, mediante la creación de tablas, graficas de barras. Luego se utilizó el programa Excel 2010 para su mayor comprensión.

3.8 Tabulación y análisis de datos

Los datos obtenidos a través de la encuesta fueron tabulados en gráficos de doble entrada en el programa "Microsoft Excel", con el fin de tener un número total de cada ítem obtenido de la encuesta

Al haber obtenido el total de estos datos tabulados, se usó el programa estadístico "spss" para poder gestionar los datos y llevar a cabo el análisis

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados

- Encuestas por nivel académico

De 390 encuestas fueron contestadas por encuestados que han cursado estudios superiores siendo un total de 39 y encuestados que no han cursado estudios superiores y tienen nivel primario o secundario incompleto 351, de quienes representan el 10% para encuestados con educación superior y el 90% para encuestados que no han cursado educación superior o tienen secundaria incompleta o primaria incompleta.

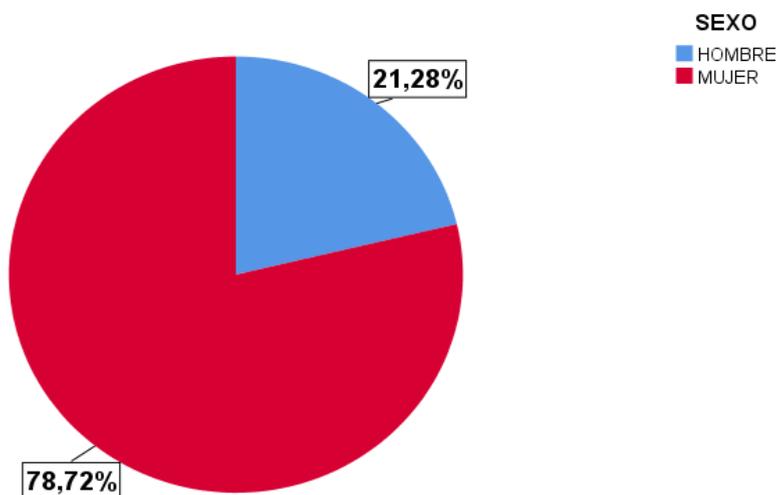
Tabla cruzada

- Resultados por preguntas

1. Autoriza utilizar la información con fines de investigación:

		SEXO		Total
		HOMBRE	MUJER	
SUPERIOR	SI	15	24	39
	NO	68	283	351
Total		83	307	390

Grafico N°01
Encuestas por Grupo de Género



FUENTE: PROPIA
Elaborado: J Trujillo

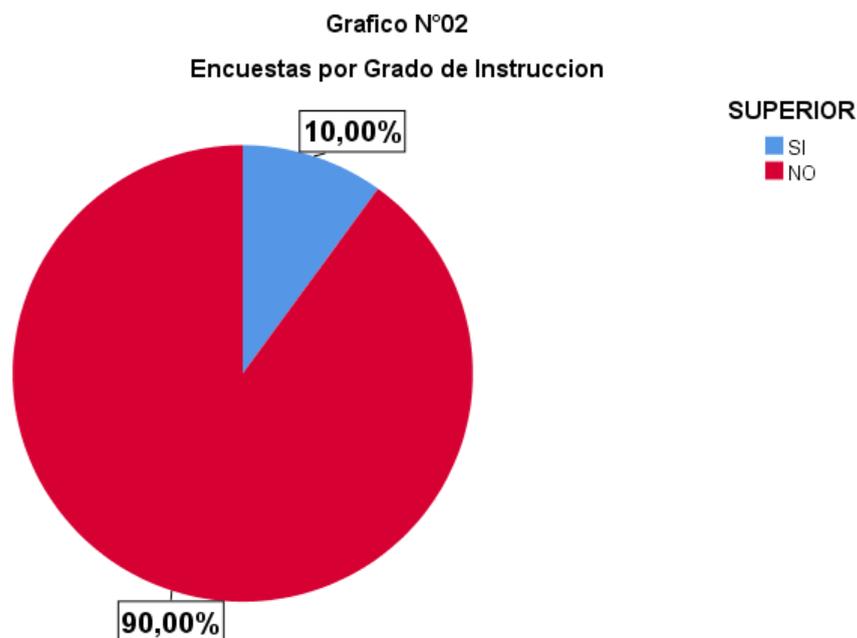
Autoriza utilizar la información con fines de investigación según los encuestados según su sexo.

De 390 encuestados 385 autorizan utilizar la información con fines de investigación siendo un 98.72% y 5 no autorizan utilizar la información con fines de investigación siendo un 1.28%. Para lo cual se determina que de los 98.72% que autorizan el uso de la información con fines de investigación está compuesto por 20.77% en hombres y un 77.95% en mujeres, y del 1.28% que no autoriza el uso de la información con fines de investigación está compuesto por 0.51% son hombres y un 0.77% son mujeres.

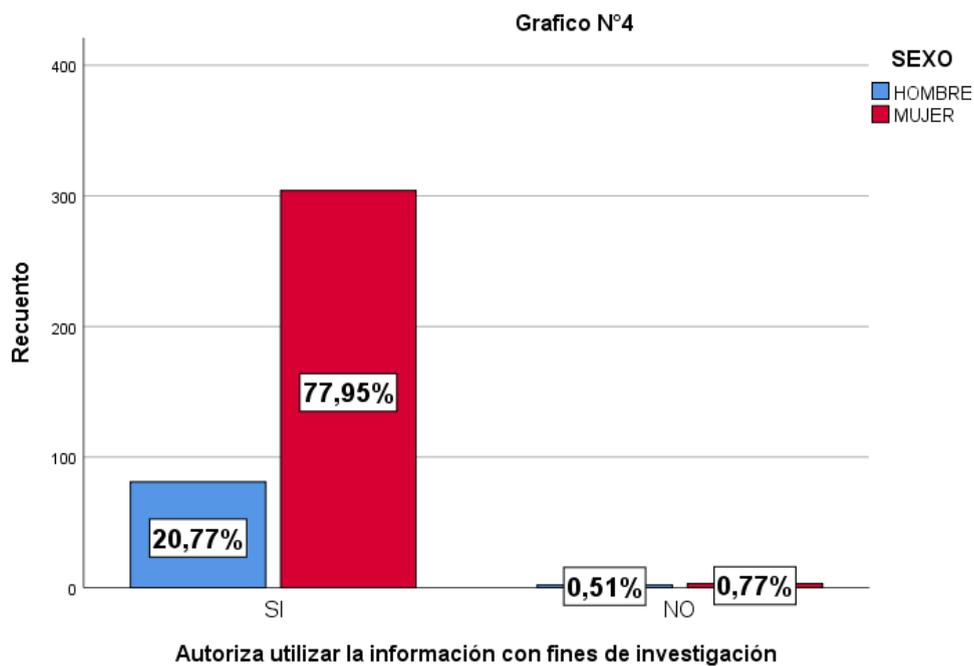
Tabla cruzada

Autoriza utilizar la información con fines de investigación*SEXO.

		SEXO		Total
		HOMBRE	MUJER	
Autoriza utilizar la información con fines de investigación	SI	81	304	385
	NO	2	3	5
Total		83	307	390



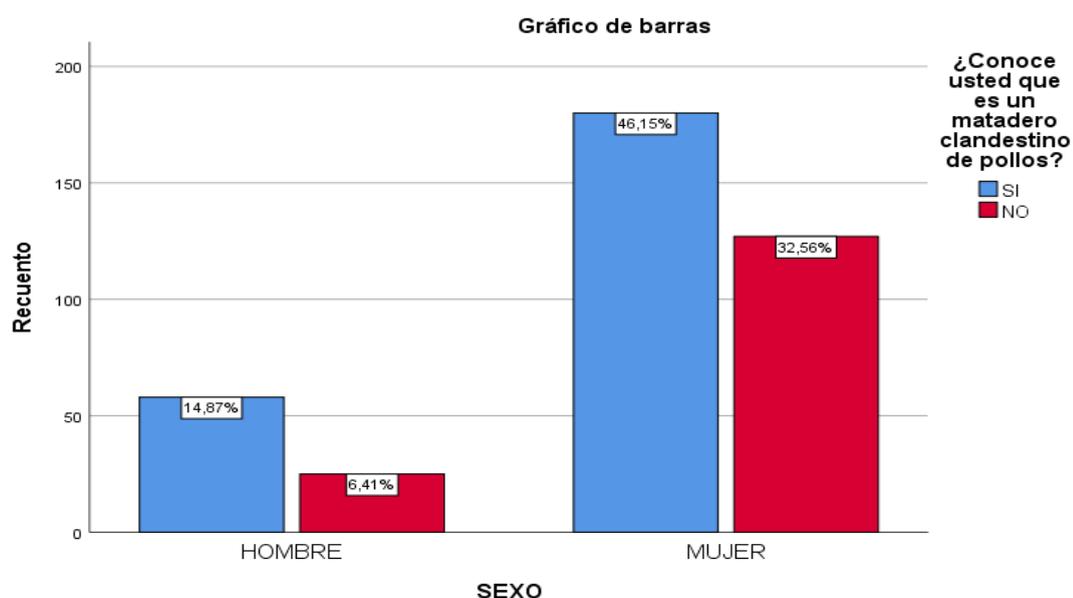
FUENTE: PROPIA
Elaborado: J Trujillo



2 ¿Conoce usted que es un matadero clandestino de pollos? Variable SEXO

Tabla cruzada SEXO*¿Conoce usted que es un matadero clandestino de pollos?

Recuento		¿Conoce usted que es un matadero clandestino de pollos?		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	58	25	83
	MUJER	180	127	307
Total		238	152	390



De los 390 encuestados ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? Respondieron SI 238 encuestados, siendo 61.02% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 24.36% son hombres y 75.64% son mujeres.

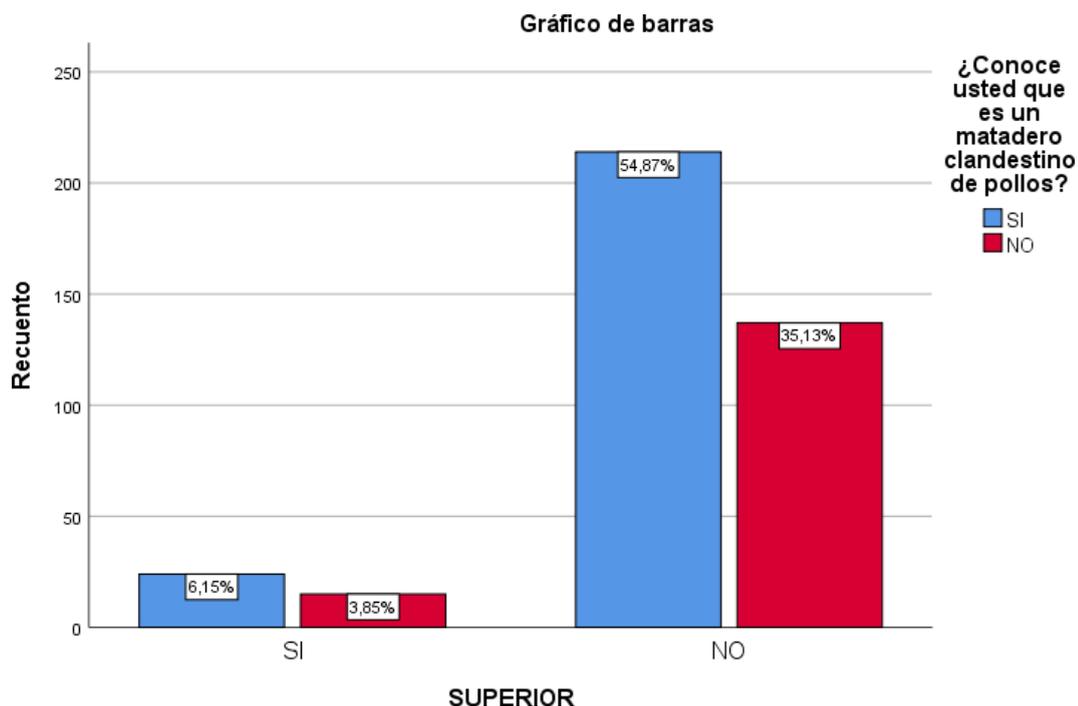
De los 390 encuestados ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? Respondieron NO 152 encuestados, siendo 38.97% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 16.44% son hombres y 83.56% son mujeres.

¿Conoce usted que es un matadero clandestino de pollos? Variable ED SUPERIOR

Tabla cruzada SUPERIOR* ¿Conoce usted que es un matadero clandestino de pollos?

Recuento

		¿Conoce usted que es un matadero clandestino de pollos?		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	24	15	39
	NO	214	137	351
Total		238	152	390



De los 390 encuestados ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? Respondieron SI 238 encuestados, siendo 61.02% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 10.08% SI han cursado educación superior y 89.92% NO han cursado educación superior.

De los 390 encuestados ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? Respondieron NO 152 encuestados, siendo 38.97% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.86% SI han cursado educación superior y 90.14% NO han cursado educación superior.

3. ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? VARIABLE SEXO

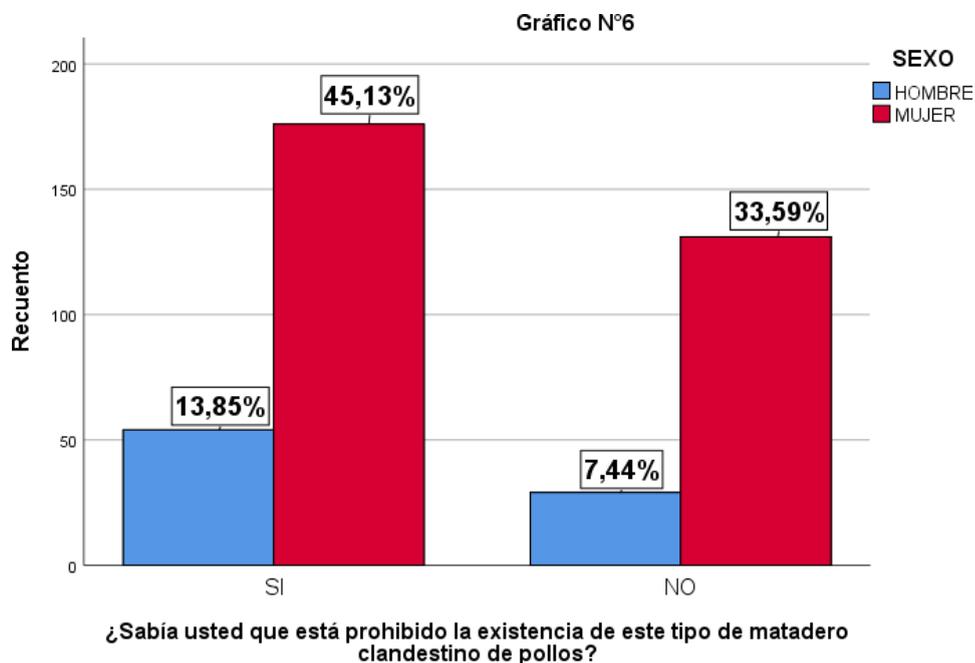
De los 390 encuestados ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? Respondieron SI 230 encuestados, siendo 58.98% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 23.47% son hombres y 76.53% son mujeres.

De los 390 encuestados ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? Respondieron NO 160 encuestados, siendo un 41.02% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer 18.13% son hombres y 81.87% son mujeres.

Tabla cruzada

Recuento

		SEXO		Total
		HOMBRE	MUJER	
¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos?	SI	54	176	230
	NO	29	131	160
Total		83	307	390



¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? VARIABLE ED SUPERIO

De los 390 encuestados ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? Respondieron SI 230 encuestados, siendo 58.97%

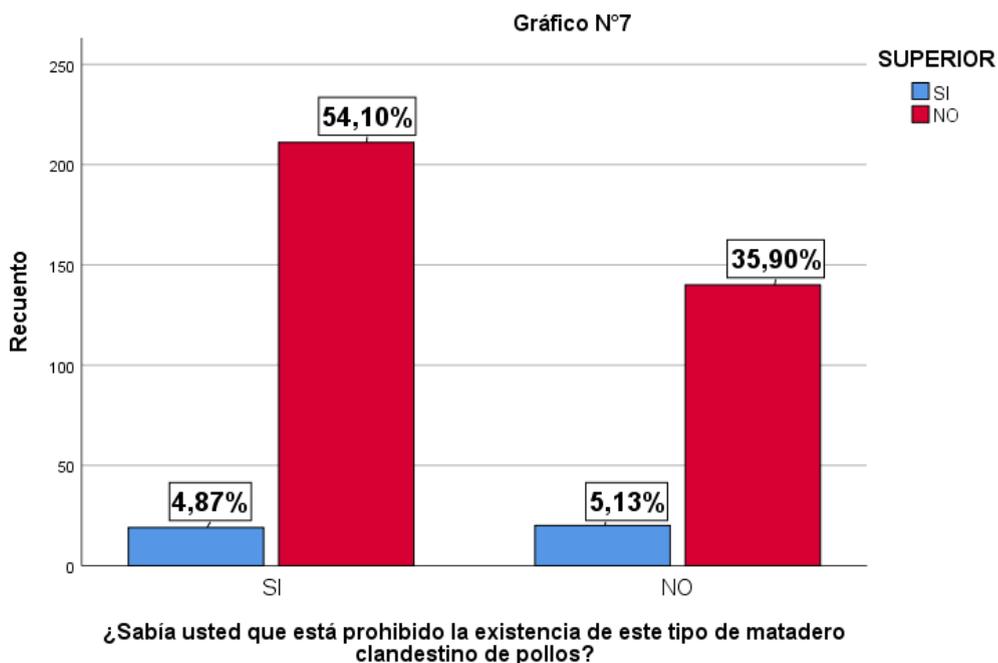
del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 8.26% si han cursado educación superior y 91.73% no han cursado educación superior.

De los 390 encuestados ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos? Respondieron NO 160 encuestados, siendo un 41.03% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer 12.5% han cursado educación superior y 87.5% no han cursado educación superior.

Tabla cruzada

Recuento

		SUPERIOR		Total
		SI	N O	
¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos?	SI	19	211	230
	NO	20	140	160
Total		39	351	390



¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada? VARIABLE SEXO

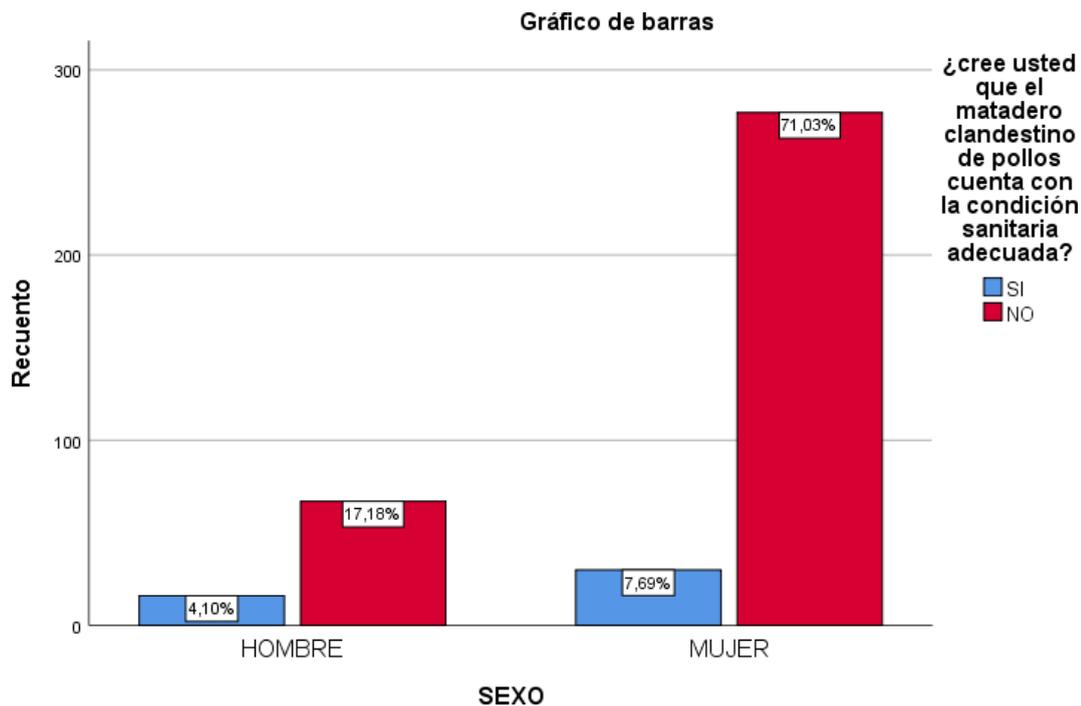
De los 390 encuestados ¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada? Respondieron SI 46 encuestados, siendo 11.79% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 34.78% son hombres y 65.21% son mujeres.

De los 390 encuestados ¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada? Respondieron NO 344 encuestados, siendo 88.20% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 19.47% son hombres y 80.52% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO* ¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada?

Recuento

		¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada?		
		SI	NO	Total
SEXO	HOMBRE	16	67	83
	MUJER	30	277	307
Total		46	344	390



¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada? VARIABLE ED SUPERIOR

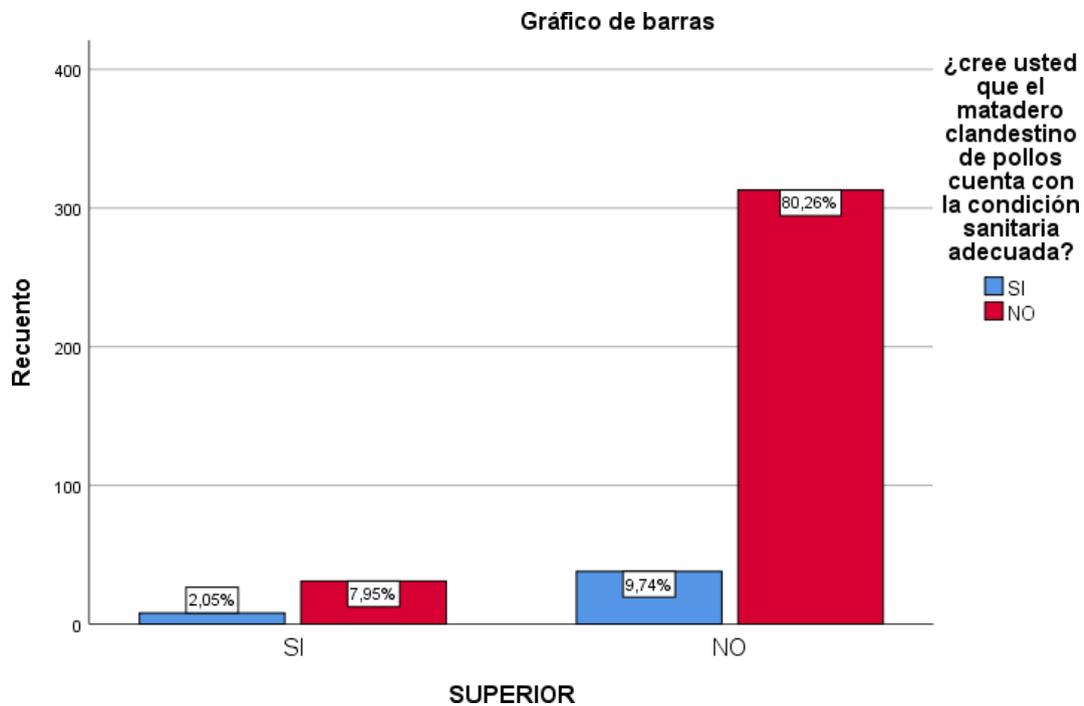
De los 390 encuestados ¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada? Respondieron SI 46 encuestados, siendo 11.79% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 17.39% han cursado ed. superior y 82.60% no han cursado ed. superior.

De los 390 encuestados ¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada? Respondieron NO 344 encuestados, siendo 88.20% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9% han cursado ed. superior y 90.98% no han cursado ed. superior.

Tabla cruzada SUPERIOR*¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada?

Recuento

		¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada?		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	8	31	39
	NO	38	313	351
Total		46	344	390

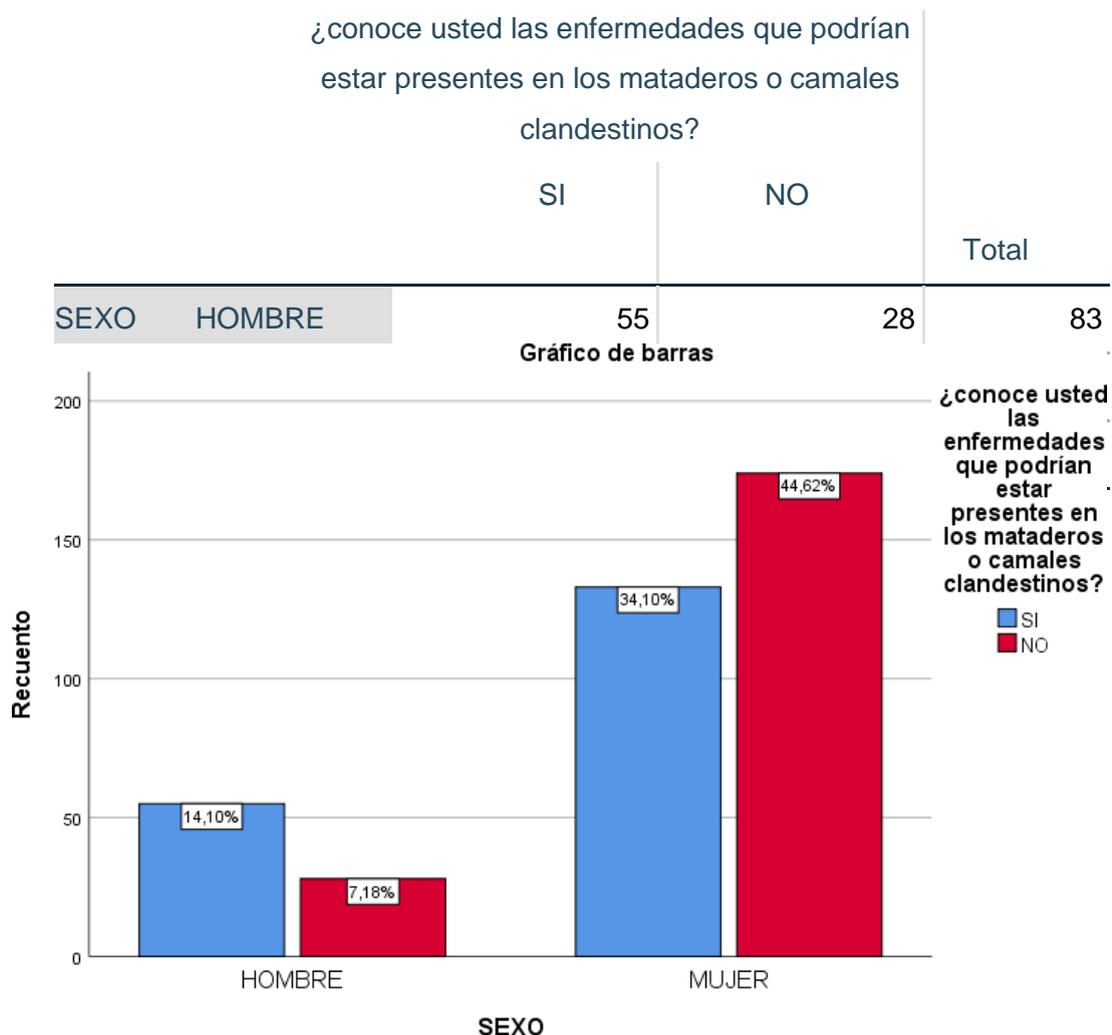


3.¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos? VARIABLE SEXO

De los 390 encuestados ¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos? VARIABLE SEXO Respondieron SI 188 encuestados, siendo 48.20% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 29.25% son hombres y 70.74% son mujeres. De los 390 encuestados ¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos? VARIABLE SEXO Respondieron NO 202 encuestados, siendo 51.79% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 13.86% son hombres y 86.13% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos?

Recuento



¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos? VARIABLE ED SUPERIOR.

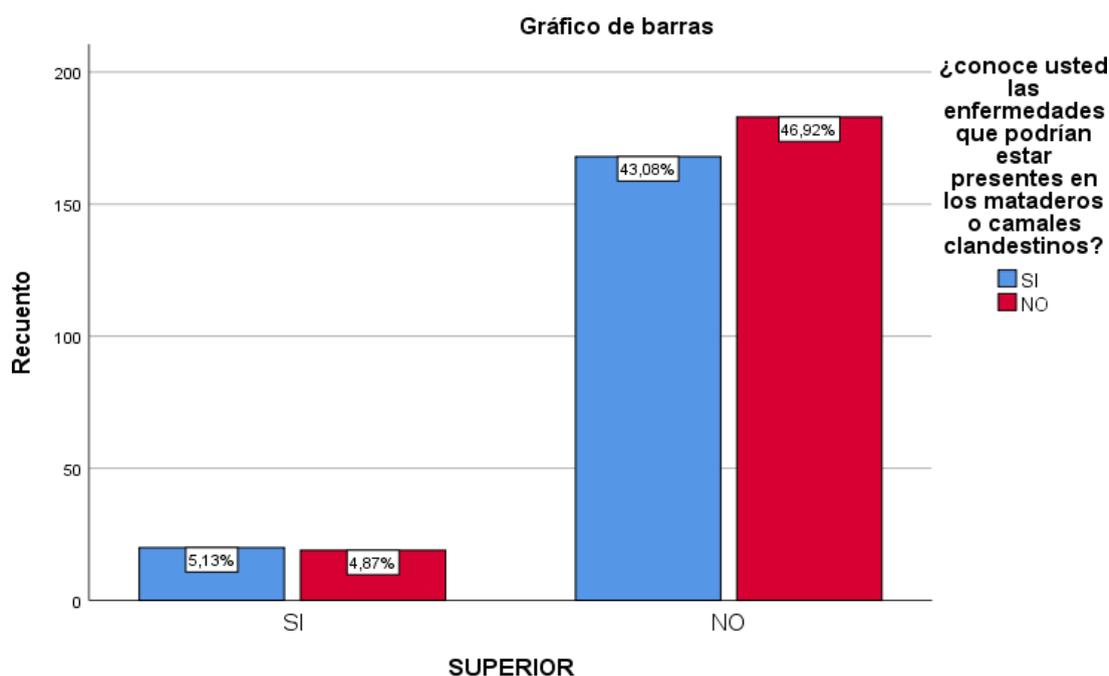
De los 390 encuestados ¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos? VARIABLE ED SUPERIOR Respondieron SI 188 encuestados, siendo 48.20% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 10.63% han estudiado ED. SUPERIOR y 89.36% no han estudiado ED. SUPERIOR.

De los 390 encuestados ¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos? VARIABLE ED SUPERIOR Respondieron NO 202 encuestados, siendo 51.79% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.40% han estudiado ED. SUPERIOR y 90.59% no han estudiado ED. SUPERIOR.

Tabla cruzada SUPERIOR* ¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos?

Recuento

		¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos?		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	20	19	39
	NO	168	183	351
Total		188	202	390



4. ¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio? VARIABLE SEXO

De los 390 encuestados ¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio? VARIABLE SEXO Respondieron SI 182 encuestados, siendo 46.66% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.42% son hombres y 78.57% son mujeres.

De los 390 encuestados ¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio? VARIABLE SEXO Respondieron NO 208 encuestados, siendo 53.33% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.15% son hombres y 78.84% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio?

Recuento

		¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio?		
		SI	NO	Total
SEXO	HOMBRE	39	44	83
	MUJER	143	164	307
Total		182	208	390

¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio? VARIABLE ED SUPERIOR.

De los 390 encuestados ¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio? VARIABLE ED SUPERIOR. Respondieron SI 182 encuestados, siendo 46.66% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 10.43% han estudiado ED. SUPERIOR y 89.56% no han estudiado ED. SUPERIOR.

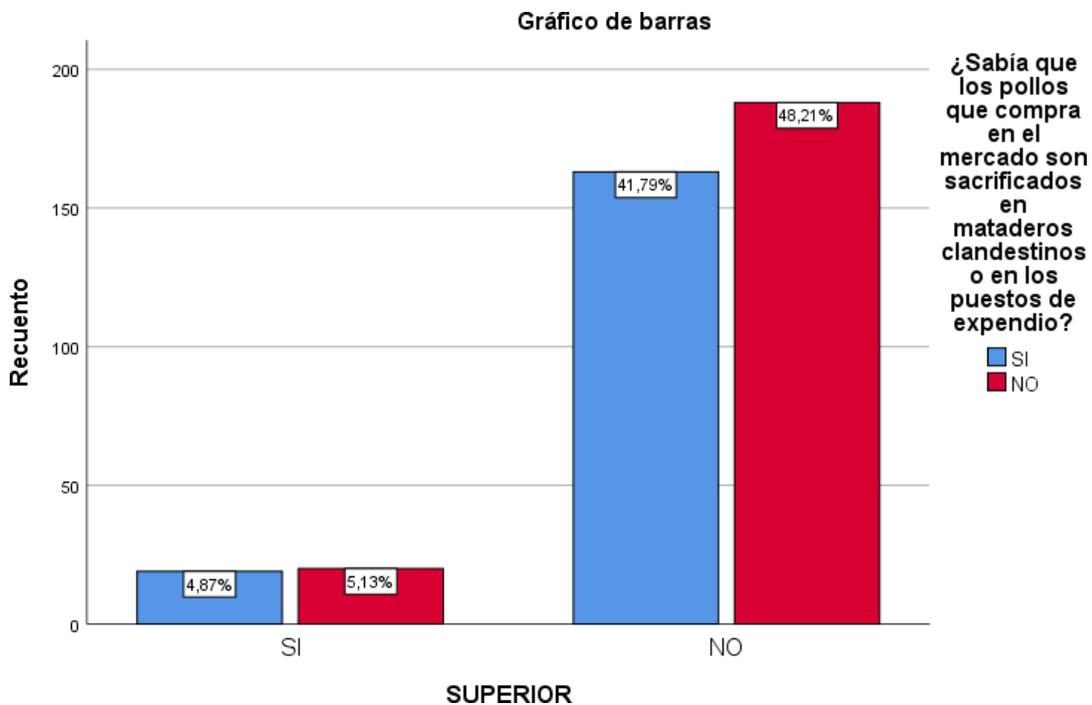
De los 390 encuestados ¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio? VARIABLE ED SUPERIOR. Respondieron NO 208 encuestados, siendo 53.33% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.61% han estudiado

ED. SUPERIOR y 90.38% no han estudiado ED. SUPERIOR.

Tabla cruzada SUPERIOR* ¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio?

Recuento

		¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio?		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	19	20	39
	NO	163	188	351
Total		182	208	390



5. Prefiere consumir la carne de pollo VARIABLE SEXO Fresca (recién beneficiada) Congelada o refrigerada

De los 390 encuestados Prefiere consumir la carne de pollo VARIABLE SEXO, Fresca (recién beneficiada) Respondieron FRESCA 347 encuestados, siendo 88.97% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.61% son hombres y 78.38% son mujeres.

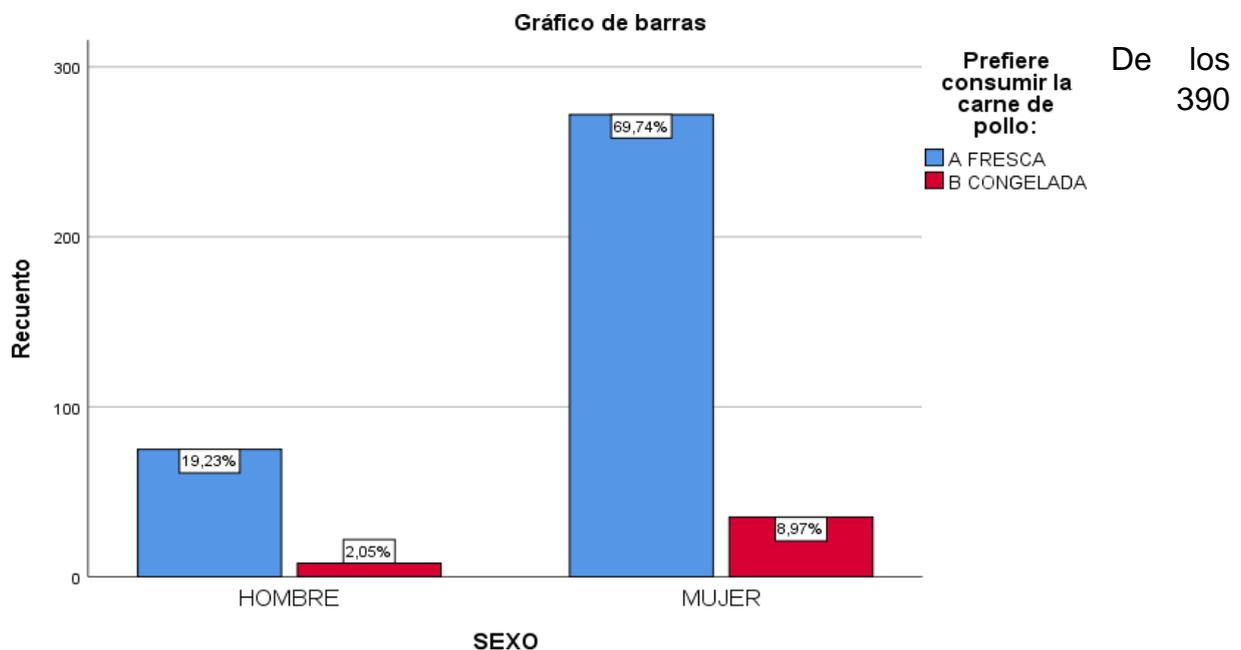
De los 390 encuestados Prefiere consumir la carne de pollo VARIABLE SEXO, Congelada refrigerada Respondieron CONGELADA 43 encuestados, siendo 11.02% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 18.60% son hombres y 81.39% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*Prefiere consumir la carne de pollo:

Recuento

		Prefiere consumir la carne de pollo:		Total
		A FRESCA	B CONGELADA	
SEXO	HOMBRE	75	8	83
	MUJER	27	35	307
Total		347	43	390

Prefiere consumir la carne de pollo VARIABLE ED SUPERIOR Fresca (recién beneficiada) Congelada o refrigerada



encuestados Prefiere consumir la carne de pollo VARIABLE ED SUPERIOR, Fresca (recién beneficiada) Respondieron FRESCA 347 encuestados, siendo 88.97% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 10.08% tuvieron ED. SUPERIOR y 89.91% no tuvieron ED. SUPERIOR. De los 390 encuestados Prefiere consumir la carne de pollo VARIABLE ED. SUPERIOR, Congelada refrigerada Respondieron CONGELADA 43 encuestados,

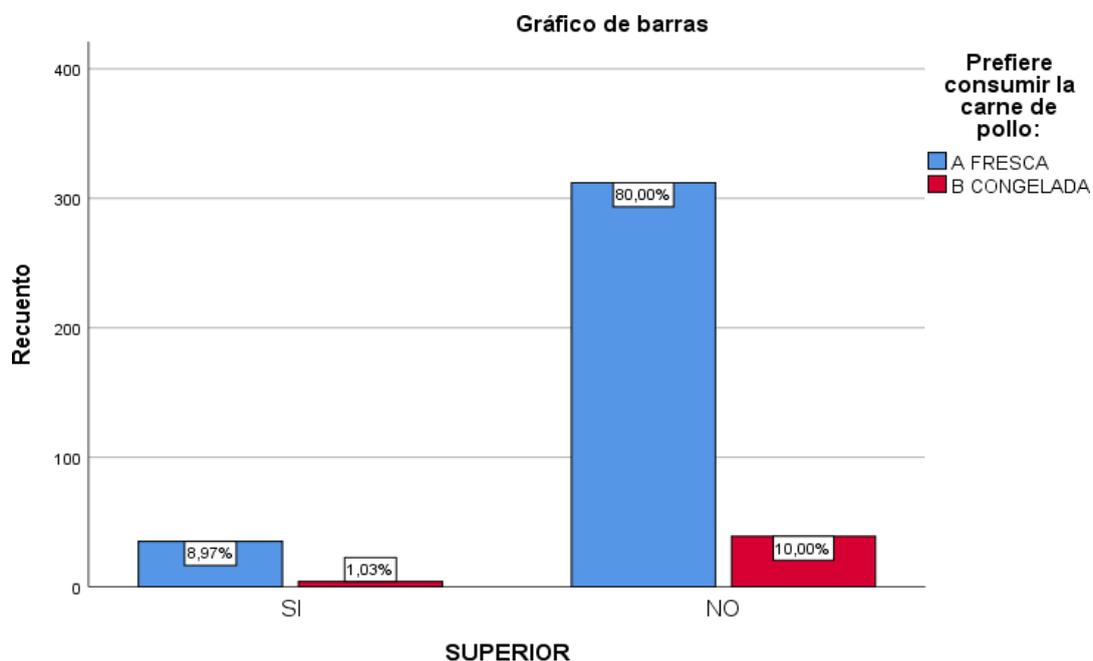
siendo 11.02% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.3% tuvieron ED. SUPERIOR y 90.69% NO tuvieron ED. SUPERIOR.

Tabla cruzada SUPERIOR*Prefiere consumir la carne de pollo:

Recuento

		Prefiere consumir la carne de pollo:		Total
		A FRESCA	B CONGELADA	
SUPERIOR	SI	35	4	39
	NO	312	39	351
Total		347	43	390

6. ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco?



Aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco COLOR VARIABLE SEXO.

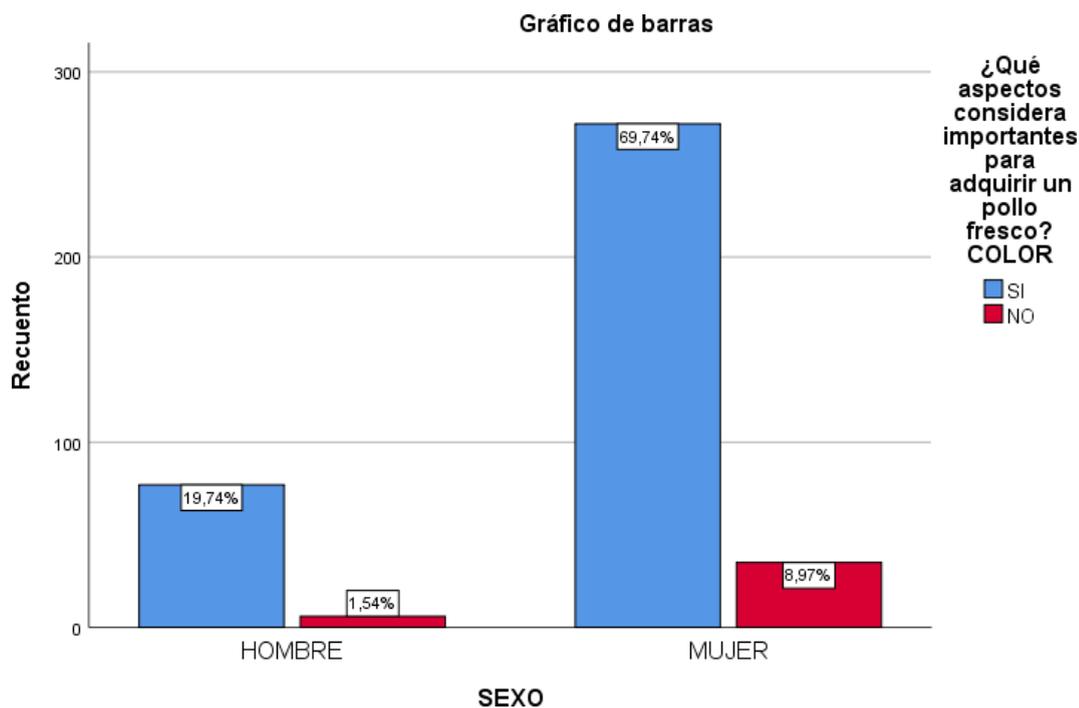
De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco COLOR VARIABLE SEXO, Respondieron SI 349 encuestados, siendo 89.48% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 22.06% son hombres y 77.93% son mujeres.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco COLOR VARIABLE SEXO, Respondieron NO 41 encuestados, siendo 10.51% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 10.51% son hombres y 89.49% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO* ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? COLOR

Recuento

		¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? COLOR		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	77	6	83
	MUJER	272	35	307
Total		349	41	390



Aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco COLOR VARIABLE ED. SUPERIOR.

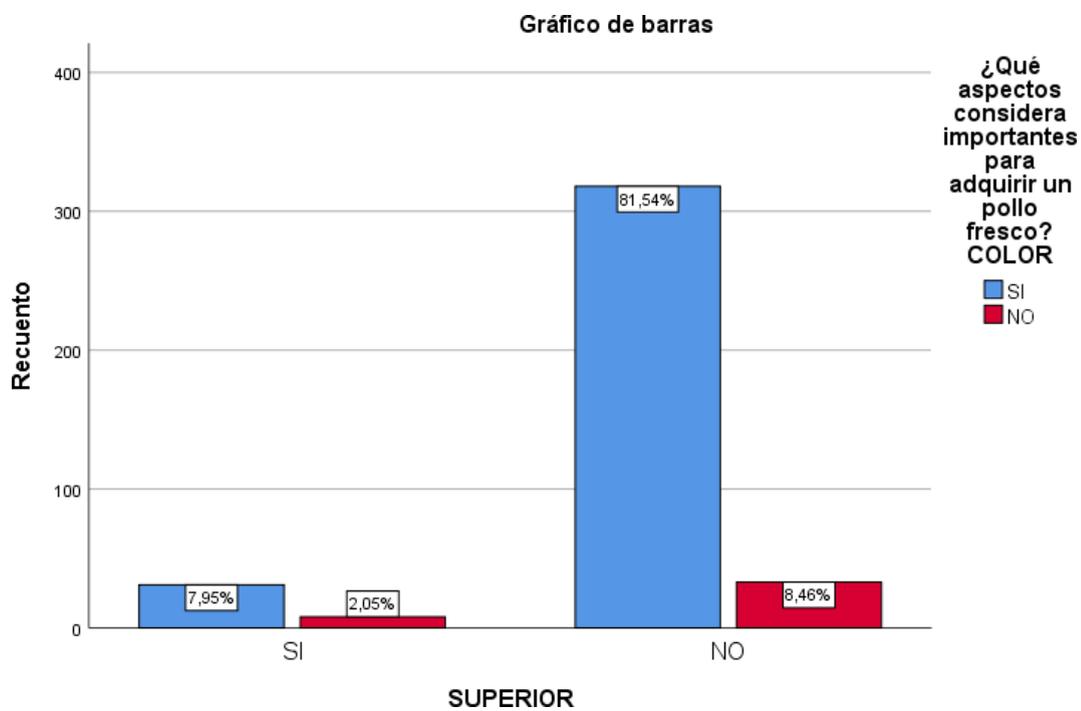
De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco COLOR VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 349 encuestados, siendo 89.48% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 8.88% tuvieron ED. SUPERIOR y 91.11% NO tuvieron ED. SUPERIOR.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco COLOR VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 349 encuestados, siendo 10.52% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 19.51% tuvieron ED. SUPERIOR y 88.48% NO tuvieron ED. SUPERIOR.

Tabla cruzada SUPERIOR*¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? COLOR

Recuento

		¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? COLOR		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	31	8	39
	NO	318	33	351
Total		349	41	390



¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco?

Aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco TEMPERATURA VARIABLE SEXO.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco COLOR VARIABLE SEXO, Respondieron SI 238 encuestados, siendo 61.02% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 26.47% son hombres y 73.52% son mujeres.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco COLOR VARIABLE SEXO, Respondieron NO 152 encuestados, siendo 38.97% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 13.15% son hombres y 86.84% son mujeres.

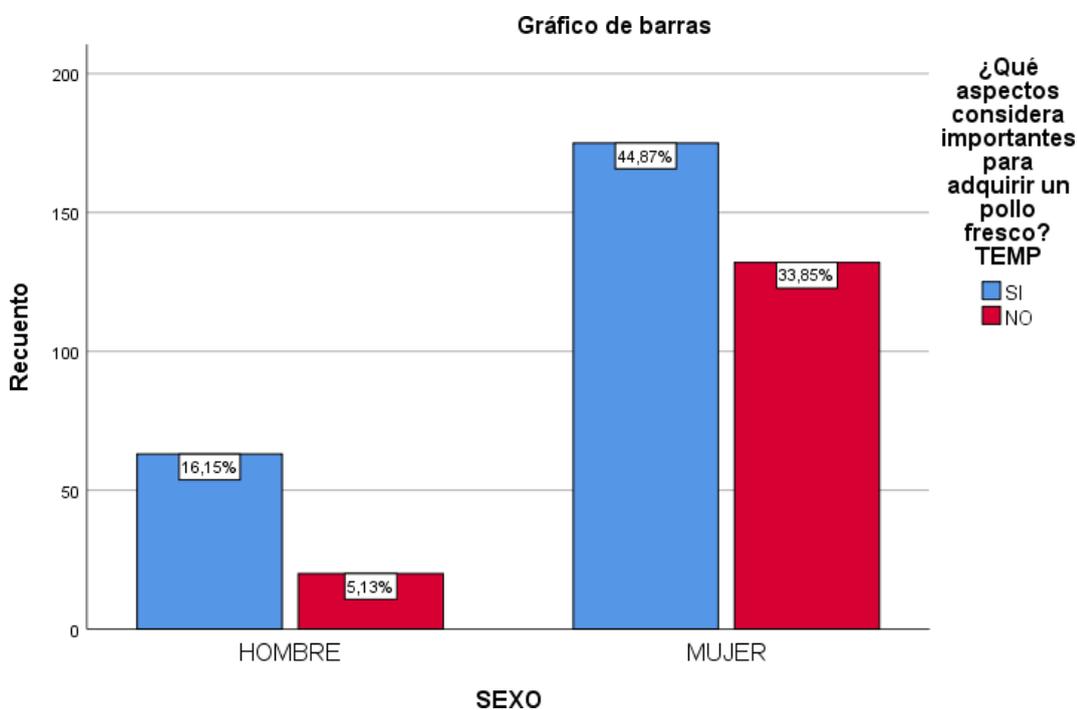


Tabla cruzada SEXO*¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? TEMPERATURA.

Recuento

		¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? TEMP		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	63	20	83
	MUJER	175	132	307
Total		238	152	390

Aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco TEMPERATURA VARIABLE ED. SUPERIOR.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco

TEMPERATURA VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 238 encuestados, siendo 61.02% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 11.34% tuvieron ED. SUPERIOR y 88.65% NO tuvieron ED. SUPERIOR. De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco TEMPERATURA VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 152 encuestados, siendo 38.97% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 7.89% tuvieron ED. SUPERIOR y 92.10% NO tuvieron ED. SUPERIOR.

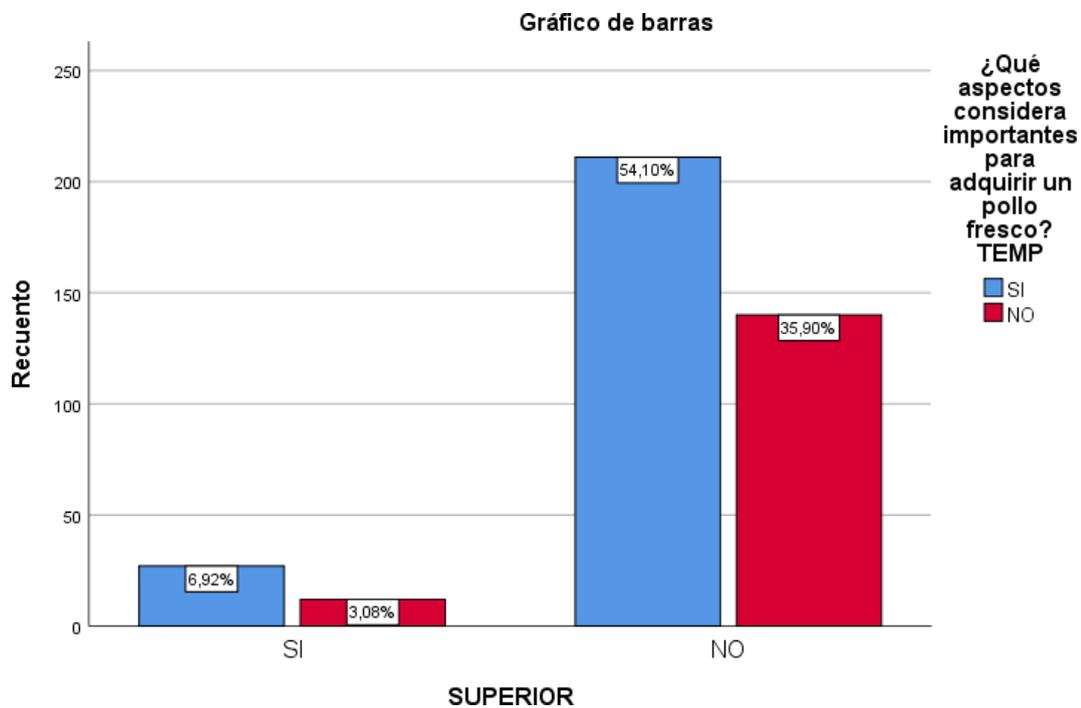


Tabla cruzada SUPERIOR* ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? TEMP

Recuento

		¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? TEMP		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	27	12	39
	NO	211	140	351
Total		238	152	390

¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco?

Aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco PRECIO VARIABLE SEXO.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco PRECIO VARIABLE SEXO, Respondieron SI 289 encuestados, siendo 74.10% del total, y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 20.06% son hombres y 79.93% son mujeres.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco PRECIO VARIABLE SEXO, Respondieron NO 101 encuestados, siendo 25.89% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 24.75% son hombres y 75.25% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? PRECIO

Recuento

		¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? PRECIO		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	58	25	83
	MUJER	231	76	307
Total		289	101	390

Aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco PRECIO VARIABLE ED. SUPERIOR.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco PRECIO VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 289 encuestados, siendo 74.10% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 10.72% tuvieron ED. SUPERIOR y 89.27% NO tuvieron ED. SUPERIOR.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco PRECIO VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 101 encuestados, siendo 25.90% del

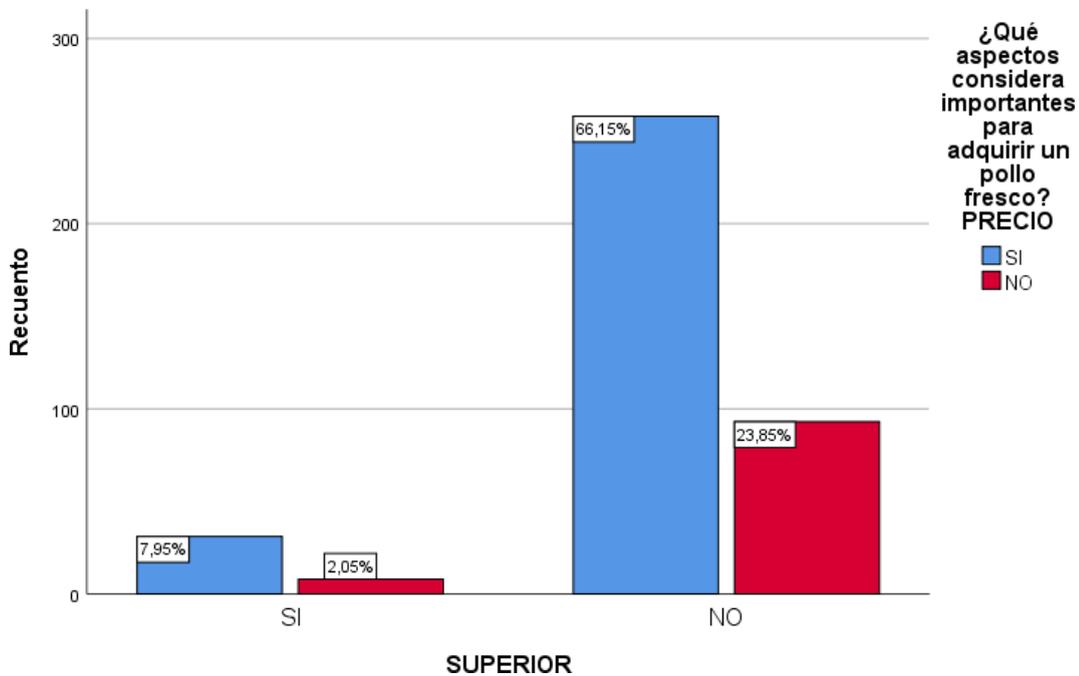
total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 7.92% tuvieron ED. SUPERIOR y 92.08% NO tuvieron ED. SUPERIOR.

Tabla cruzada SUPERIOR*¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? PRECIO

Recuento

		¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? PRECIO		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	31	8	39
	NO	258	93	351
Total		289	101	390

Gráfico de barras



¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco?

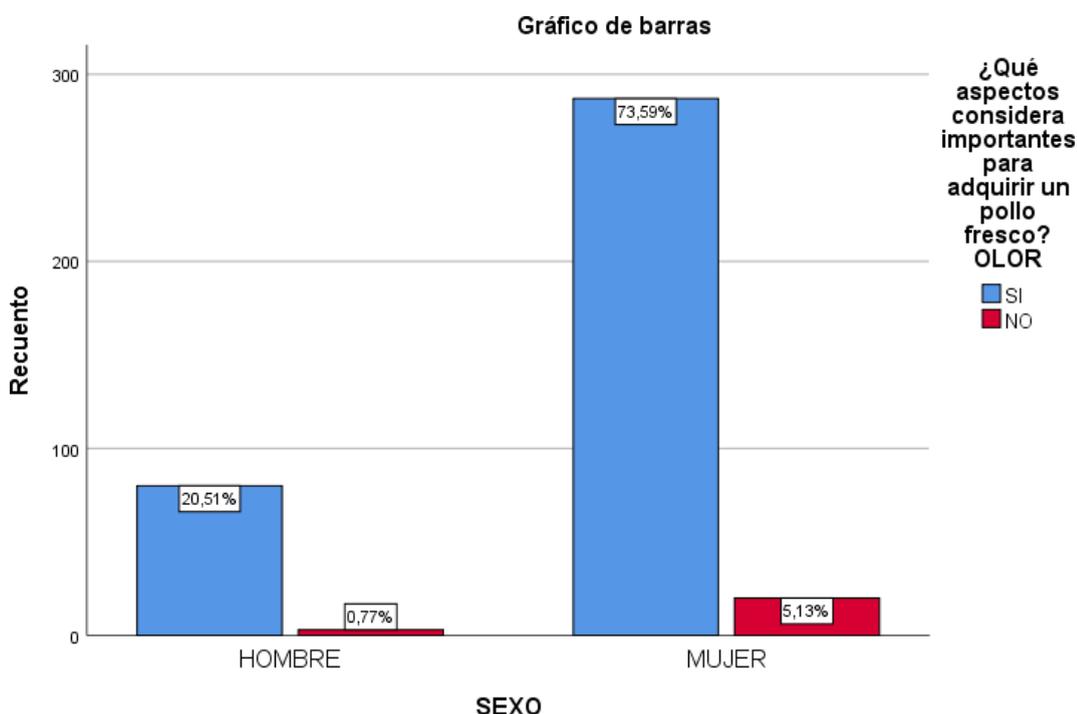
Aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco OLOR VARIABLE SEXO.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco OLOR VARIABLE SEXO, Respondieron SI 367 encuestados, siendo 94.10% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.79% son hombres y 78.20% son mujeres.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco OLOR VARIABLE SEXO, Respondieron NO 23 encuestados, siendo 5.89% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 13.04% son hombres y 86.95% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco?

		¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? OLOR		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	80	3	83
	MUJER	287	20	307
Total		367	23	390



¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco?

Aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco OLOR VARIABLE ED. SUPERIOR.

De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco OLOR VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 367 encuestados, siendo 94.10% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.53% tuvieron ED. SUPERIOR y 90.46% NO tuvieron ED. SUPERIOR.

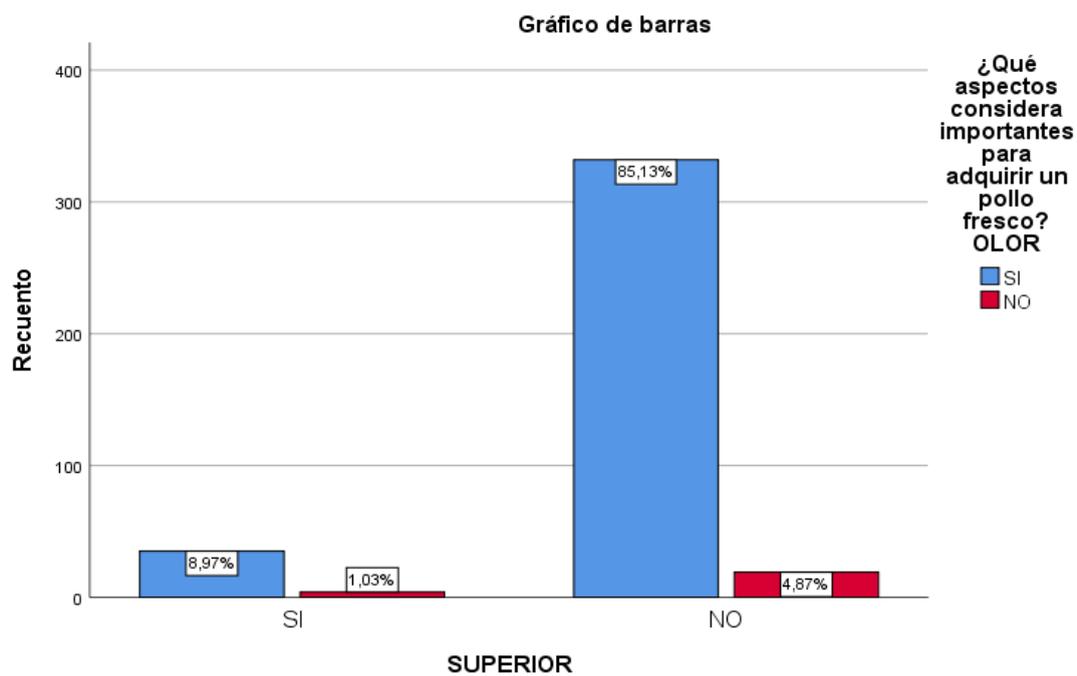
De los 390 encuestados considera importantes para adquirir un pollo fresco OLOR VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 23 encuestados, siendo 5.89% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 17.39% tuvieron ED. SUPERIOR y 82.60% NO tuvieron ED. SUPERIOR.

Tabla cruzada SUPERIOR*¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? OLOR

		¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco?		Recuento Total
		OLOR		
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	35	4	39
	NO	332	19	351
Total		367	23	390

7.¿Prefiere usted comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado?
VARIABLE SEXO

De los 390 encuestados prefiere comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado VARIABLE SEXO, Respondieron SI 312 encuestados, siendo 80% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 19.23% son hombres y 80.76% son mujeres.

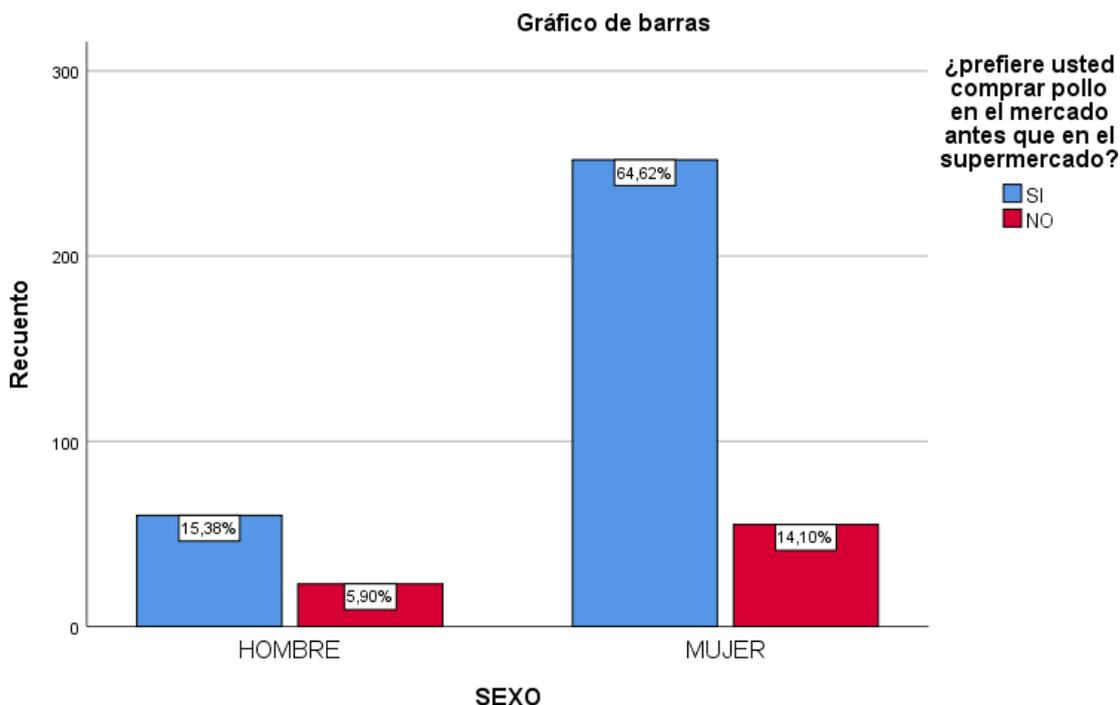


De los 390 encuestados prefiere comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado VARIABLE SEXO, Respondieron NO 78 encuestados, siendo 80% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 19.23% son hombres y 80.76% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*¿prefiere usted comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado?

Recuento

		¿prefiere usted comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado?		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	60	23	83
	MUJER	252	55	307
Total		312	78	390



8. ¿Prefiere usted comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado?
 VARIABLE ED. SUPERIOR.

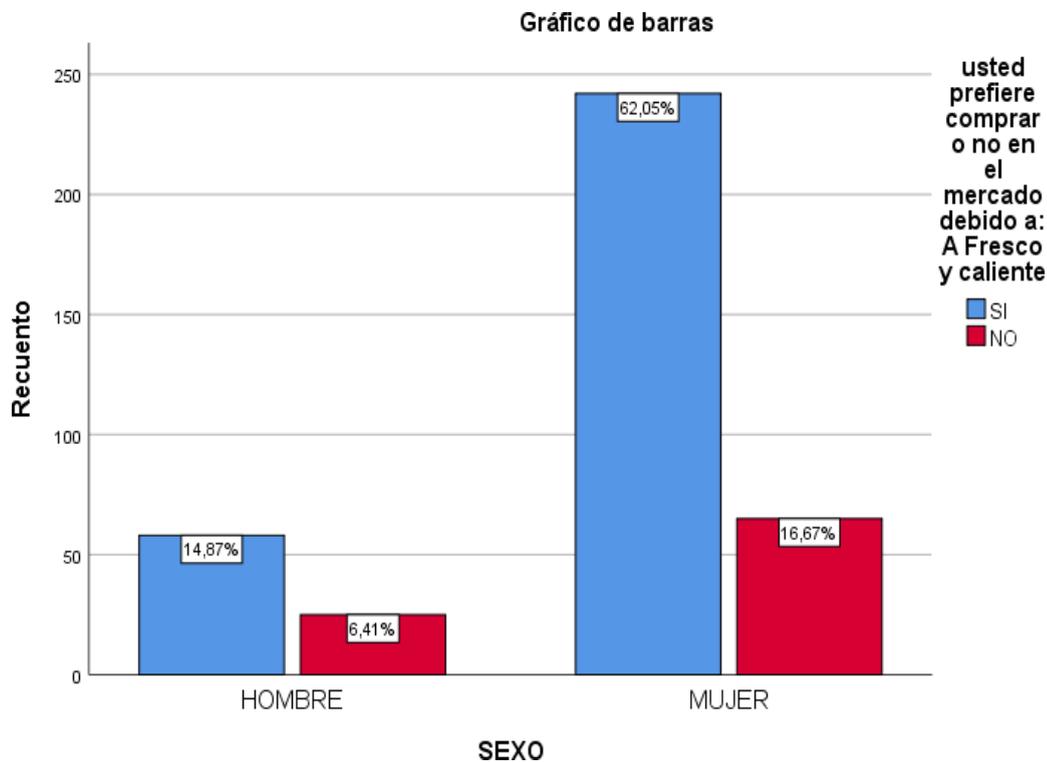
De los 390 encuestados prefiere comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 312 encuestados, siendo 80% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.93% tuvieron Ed. Superior y 90.06% No tuvieron Ed. Superior.

De los 390 encuestados prefiere comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 78 encuestados, siendo 20% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 10.25% tuvieron Ed. superior y 89.75% no tuvieron Ed. Superior.

Tabla cruzada SUPERIOR*¿prefiere usted comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado?

Recuento

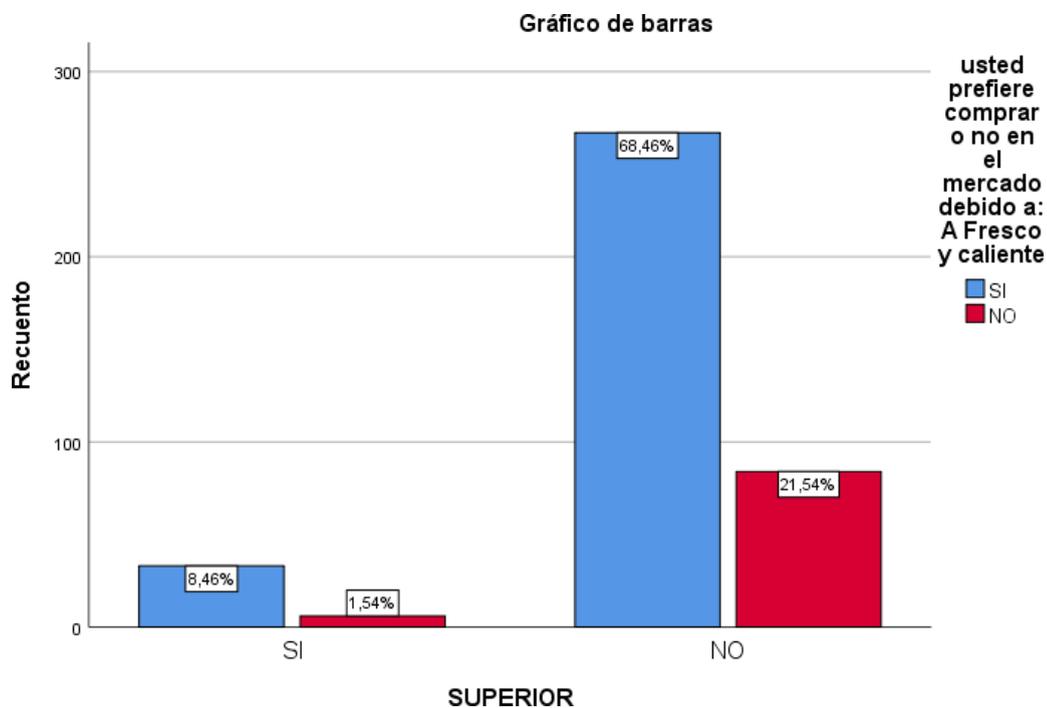
		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:A Fresco y caliente		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	58	25	83
	MUJER	242	65	307
Total		300	90	390



Prefiere usted comprar o no en el mercado debido a: Fresco y Caliente VARIABLE ED. SUPERIOR

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido a: Fresco y Caliente VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 300 encuestados, siendo 76.92% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 11% tuvo educación superior y 89% no tuvo educación superior.

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido a: Fresco y Caliente VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 90 encuestados, siendo 23.07% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 6.66% tuvo educación superior y 93.34% no tuvo educación superior.



Prefiere usted comprar o no en el mercado debido b: Color y Agradable VARIABLE SEXO

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido b: Color y Agradable VARIABLE SEXO, Respondieron SI 315 encuestados, siendo 80.76% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.26% son hombres y 78.73% son mujeres.

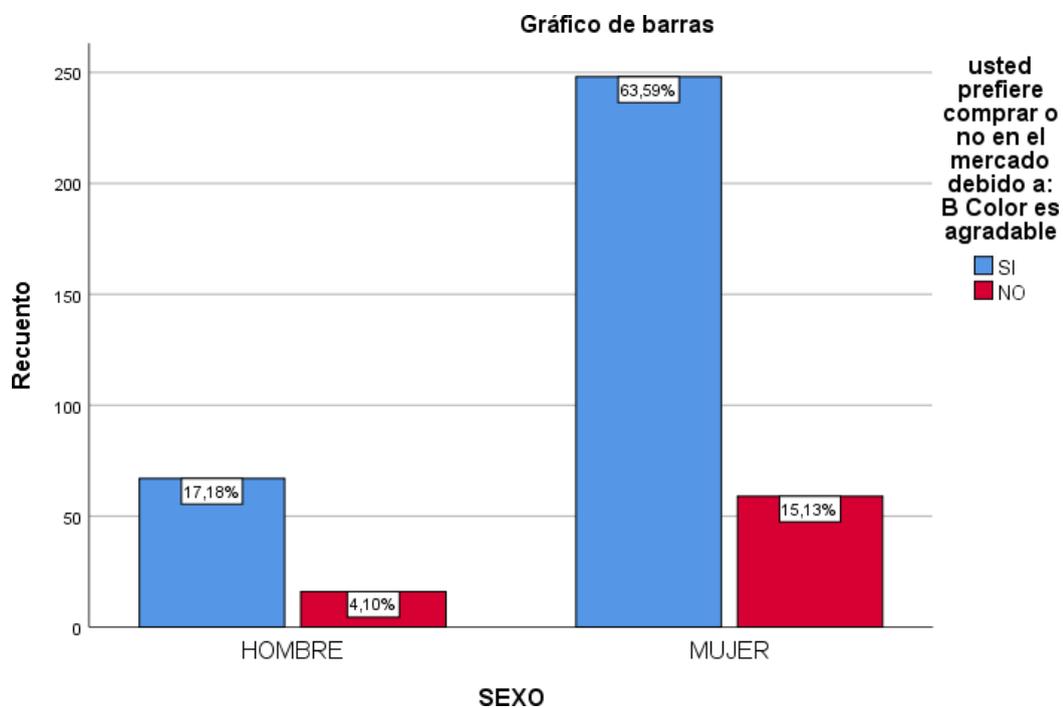
De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido b: Color y Agradable VARIABLE SEXO, Respondieron NO 75 encuestados, siendo 19.23% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.33% son hombres y 78.67% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: B Color es agradable

Recuento

Recuento

		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: B Color es agradable		
		SI	NO	Total
SEXO	HOMBRE	67	16	83
	MUJER	248	59	307
Total		315	75	390



Prefiere usted comprar o no en el mercado debido c: Color y Agradable VARIABLE ED. SUPERIOR.

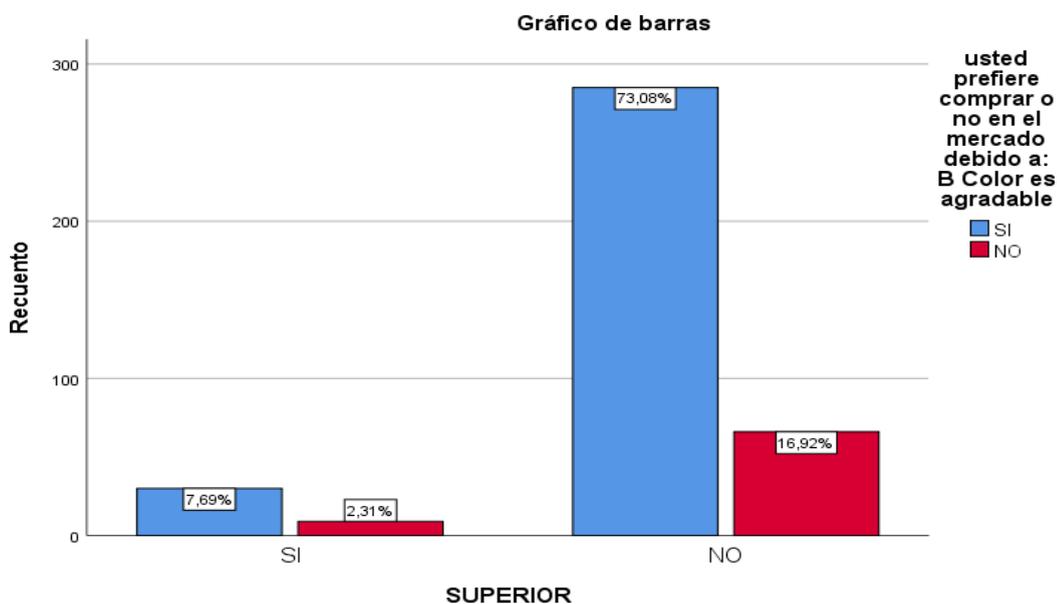
De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido b: Color y Agradable VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 315 encuestados, siendo 80.76% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.52% tuvo educación superior y 90.47% no tuvo educación superior.

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido b: Color y Agradable VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 75 encuestados, siendo 19.24% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 12% tuvo educación superior y 88% no tuvo educación superior.

Tabla cruzada SUPERIOR*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: B Color es agradable

Recuento

		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: B Color es agradable		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	30	9	39
	NO	285	66	351



Prefiere usted comprar o no en el mercado debido c: Queda cerca a su casa
 VARIABLE SEXO

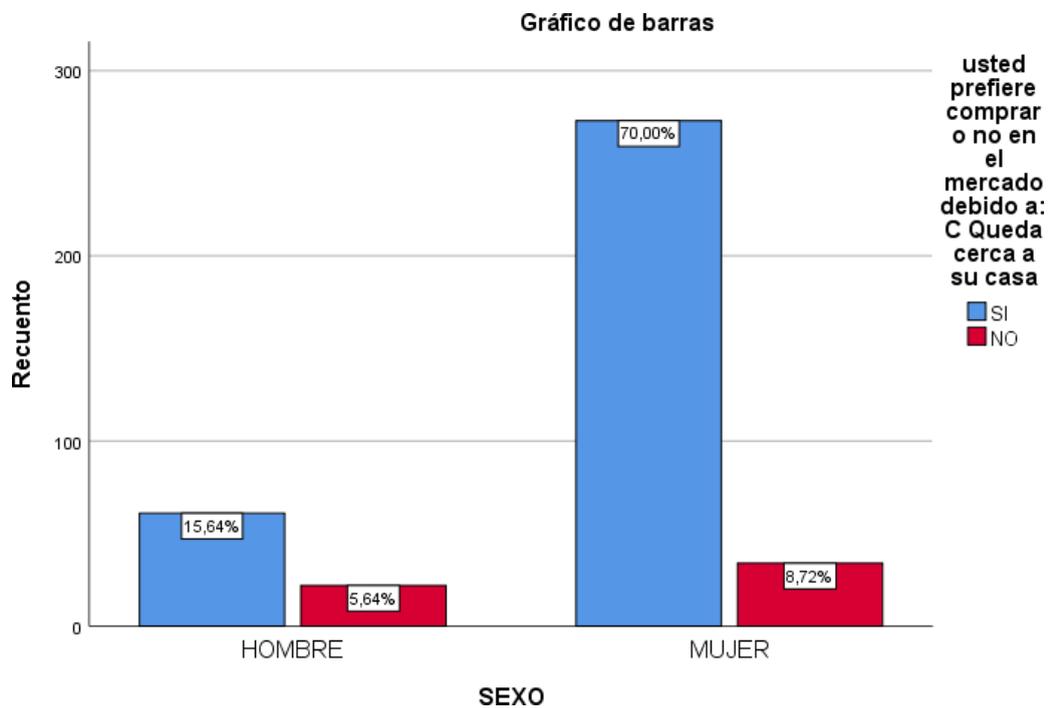
De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido c: Queda cerca su casa VARIABLE SEXO, Respondieron SI 334 encuestados, siendo 85.64% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 18.26% son hombres y 81.74% son mujeres.

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido c: Queda cerca su casa VARIABLE SEXO, Respondieron NO 56 encuestados, siendo 14.36% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 39.28% son hombres y 60.71% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:C Queda cerca a su casa

Recuento

		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:C Queda cerca a su casa		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	61	22	83
	MUJER	273	34	307
Total		334	56	390



Prefiere usted comprar o no en el mercado debido c: Queda cerca a su casa
 VARIABLE ED. SUPERIOR

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido c: Queda cerca su casa VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 334 encuestados,

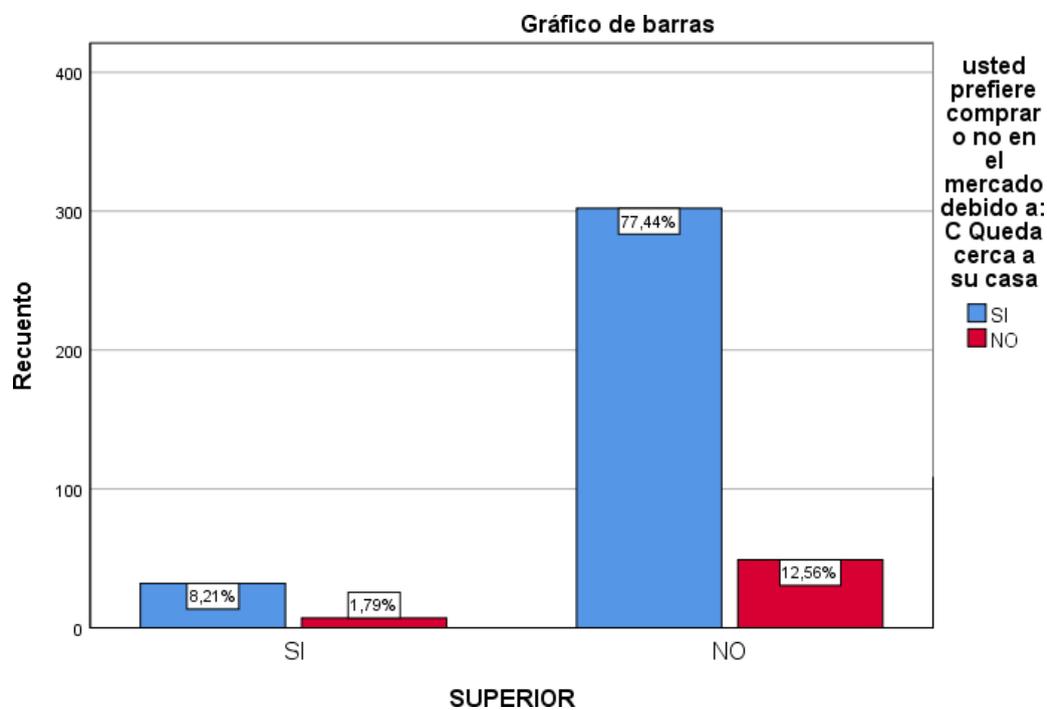
siendo 88.20% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.58% tuvo educación superior y 90.41% no tuvo educación superior.

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido c: Queda cerca su casa VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 56 encuestados, siendo 14.35% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 12.5% tuvo educación superior y 87.5% no tuvo educación superior.

Tabla cruzada SUPERIOR*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:C Queda cerca a su casa

Recuento

		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:C Queda cerca a su casa		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	32	7	39
	NO	302	49	351
Total		334	56	390



Prefiere usted comprar o no en el mercado debido d: Cortes al gusto del cliente
VARIABLE SEXO

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido d: Cotes al gusto del cliente VARIABLE SEXO, Respondieron SI 336 encuestados, siendo 86.15% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.73% son hombres y 78.27% son mujeres.

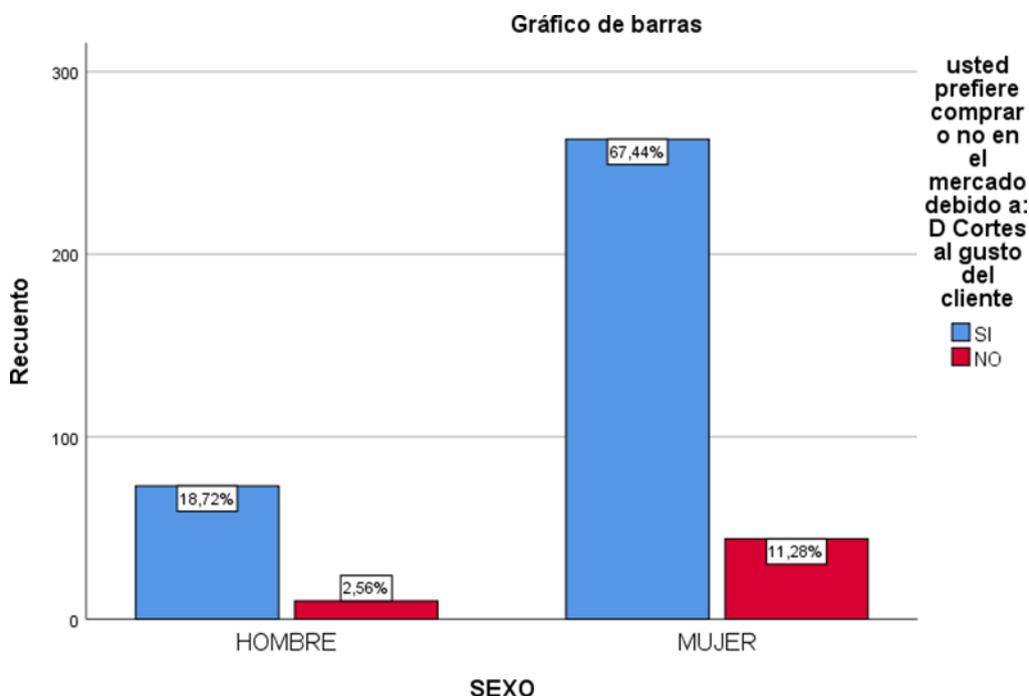
De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido d: Cotes al gusto del cliente VARIABLE SEXO, Respondieron NO 54 encuestados, siendo 13.85% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 18.52% son hombres y 81.48% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:D Cortes al gusto del cliente

Recuento

		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:D Cortes al gusto del cliente		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	73	10	83
	MUJER	263	44	307
Total		336	54	390

Prefiere usted comprar o no en el mercado debido d: Cortes al gusto del cliente
 VARIABLE ED. SUPERIOR



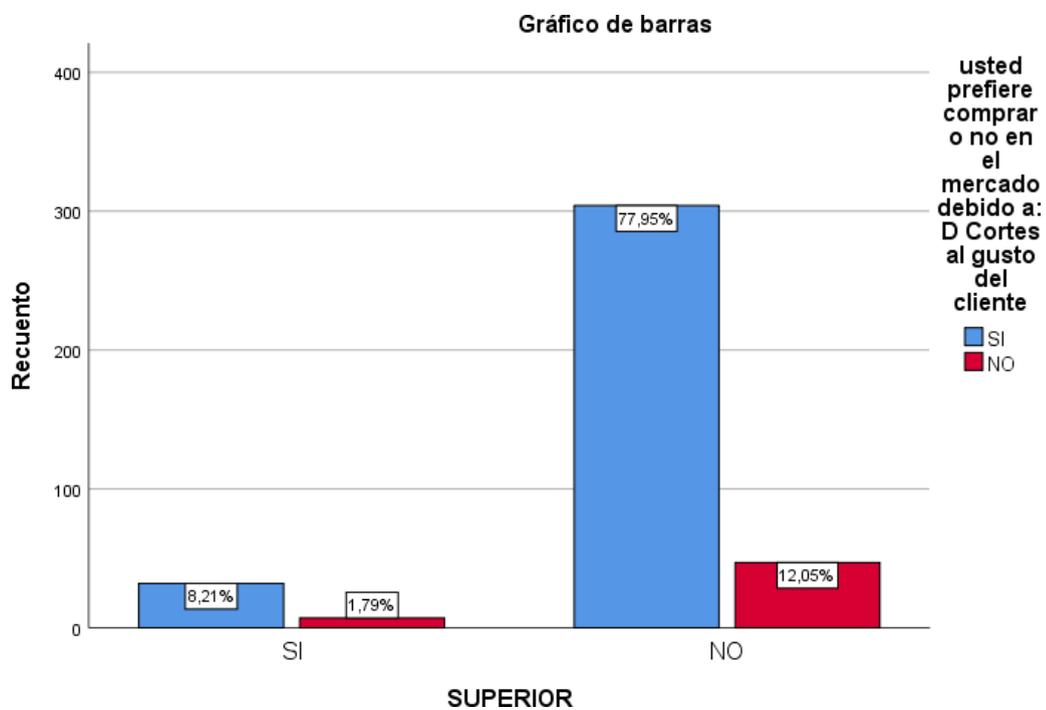
De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido d: Cotes al gusto del cliente VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 336 encuestados, siendo 86.15% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.52% tuvo educación superior y 90.48% no tuvo educación superior.

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido d: Cotes al gusto del cliente VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 54 encuestados, siendo 13.84% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 12.96% tuvo educación superior y 87.04% no tuvo educación superior.

Tabla cruzada SUPERIOR*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:D Cortes al gusto del cliente

Recuento

		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:D Cortes al gusto del cliente		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	32	7	39
	NO	304	47	351
Total		336	54	390



Prefiere usted comprar o no en el mercado debido a e: Variación de precios
 VARIABLE SEXO

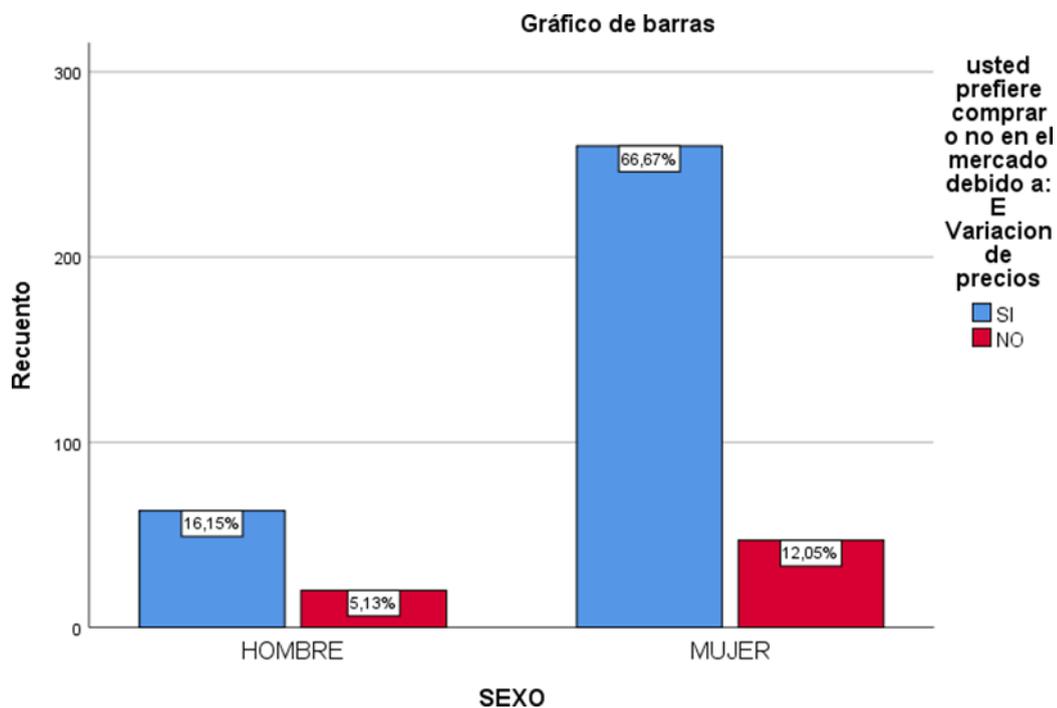
De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido e: Variación de precios VARIABLE SEXO, Respondieron SI 323 encuestados, siendo 82.82% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 19.50% son hombres y 80.50% son mujeres.

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido e: Variación de precios VARIABLE SEXO, Respondieron NO 67 encuestados, siendo 17.18% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 29.85% son hombres y 70.15% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:E Variación de precios

Recuento

		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: E Variación de precios		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	63	20	83
	MUJER	260	47	307
Total		323	67	390



Prefiere usted comprar o no en el mercado debido a e: Variación de precios
 VARIABLE ED. SUPERIOR

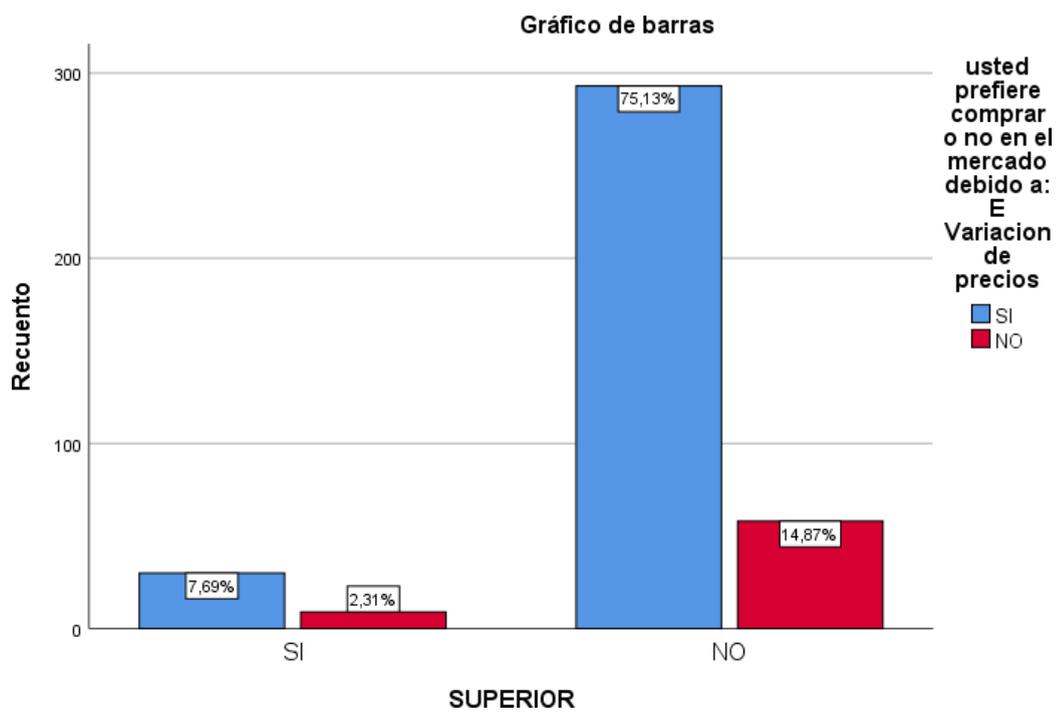
De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido e:
 Variación de precios VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 323 encuestados,
 siendo 82.82% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que
 el 9.29% tuvo educación superior y 90.71% no tuvo educación superior.

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido e:
 Variación de precios VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 67 encuestados,
 siendo 17.18% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que
 el 13.43% tuvo educación superior y 86.57% no tuvo educación superior.

Tabla cruzada SUPERIOR*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: E Variación de precios.

Recuento

		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: E Variacion de precios		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	30	9	39
	NO	293	58	351
Total		323	67	390



Prefiere usted comprar o no en el mercado debido a f: Sabor es agradable VARIABLE SEXO

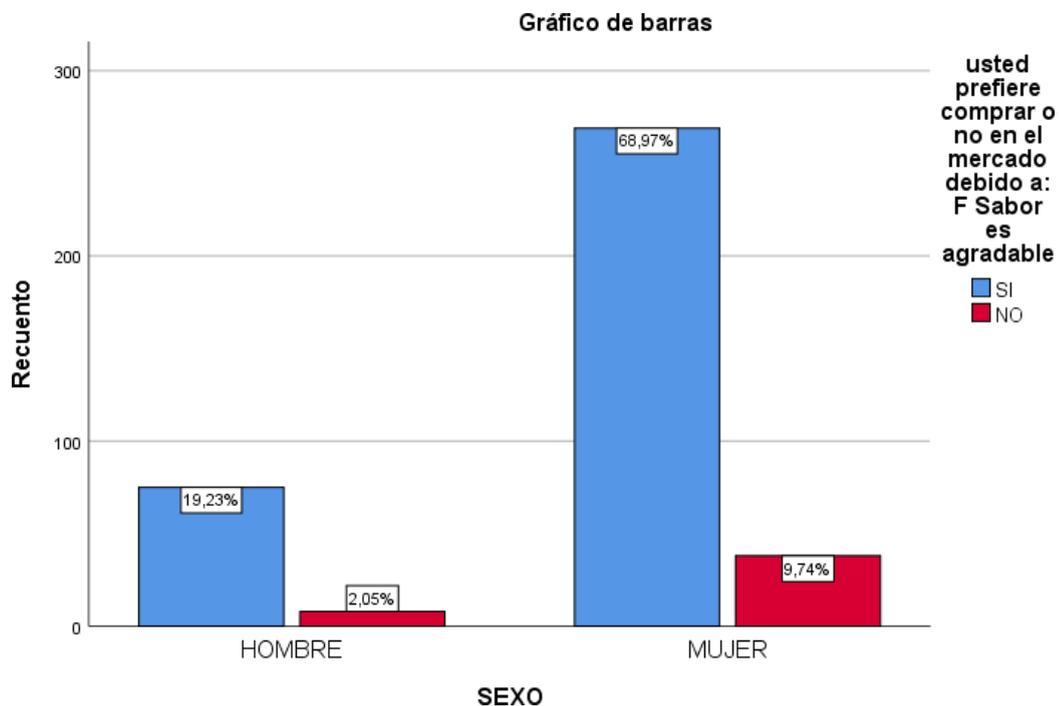
De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido e: Sabor es agradable VARIABLE SEXO, Respondieron SI 344 encuestados, siendo 88.20% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.80% son hombres y 78.20% son mujeres.

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido e: Sabor es agradable VARIABLE SEXO, Respondieron NO 46 encuestados, siendo 11.80% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 17.39% son hombres y 82.60% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: F Sabor es agradable

Recuento

		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:F Sabor es agradable		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	75	8	83
	MUJER	269	38	307
Total		344	46	390



Prefiere usted comprar o no en el mercado debido a f: Sabor es agradable
VARIABLE ED. SUPERIOR

De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido f: Sabor es agradable VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 344 encuestados, siendo 88.20% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.88% tuvo educación superior y 90.12% no tuvo educación superior.

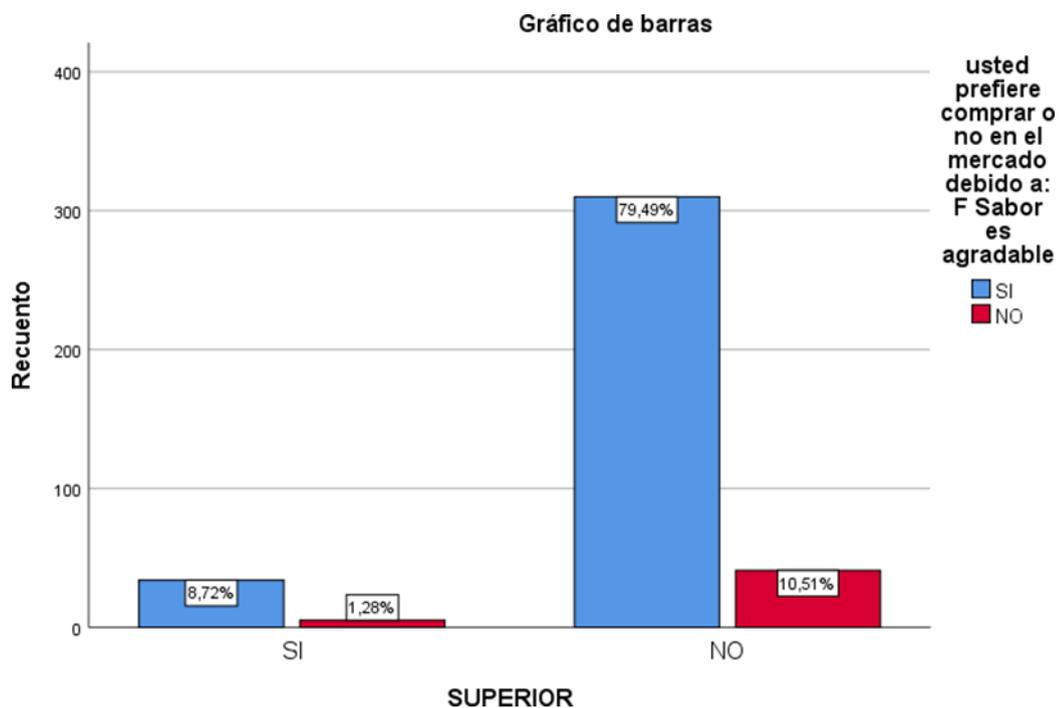
De los 390 encuestados prefiere usted comprar o no en el mercado debido f: Sabor es agradable VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 46 encuestados, siendo 11.79% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 10.87% tuvo educación superior y 89.13% no tuvo educación superior.

Tabla cruzada SUPERIOR

*usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: F Sabor es agradable

Recuento

		usted prefiere comprar o no en el mercado debido a: F Sabor es agradable		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	34	5	39
	NO	310	41	351
Total		344	46	390



¿Acostumbra comer carne de pollo con frecuencia? VARIABLE SEXO

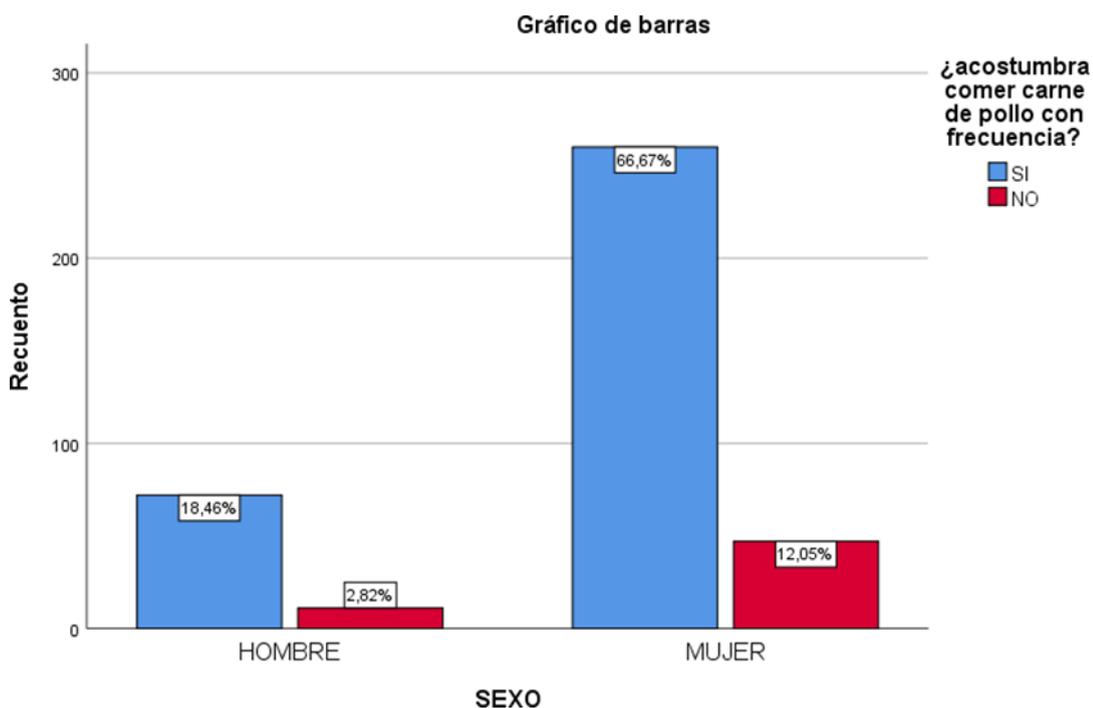
De los 390 encuestados ¿Acostumbra comer carne de pollo con frecuencia? VARIABLE SEXO, Respondieron SI 332 encuestados, siendo 85.12% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.69% son hombres y 78.31% son mujeres.

De los 390 encuestados ¿Acostumbra comer carne de pollo con frecuencia? VARIABLE SEXO, Respondieron NO 58 encuestados, siendo 14.87% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 18.97% son hombres y 81.03% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*¿acostumbra comer carne de pollo con frecuencia?

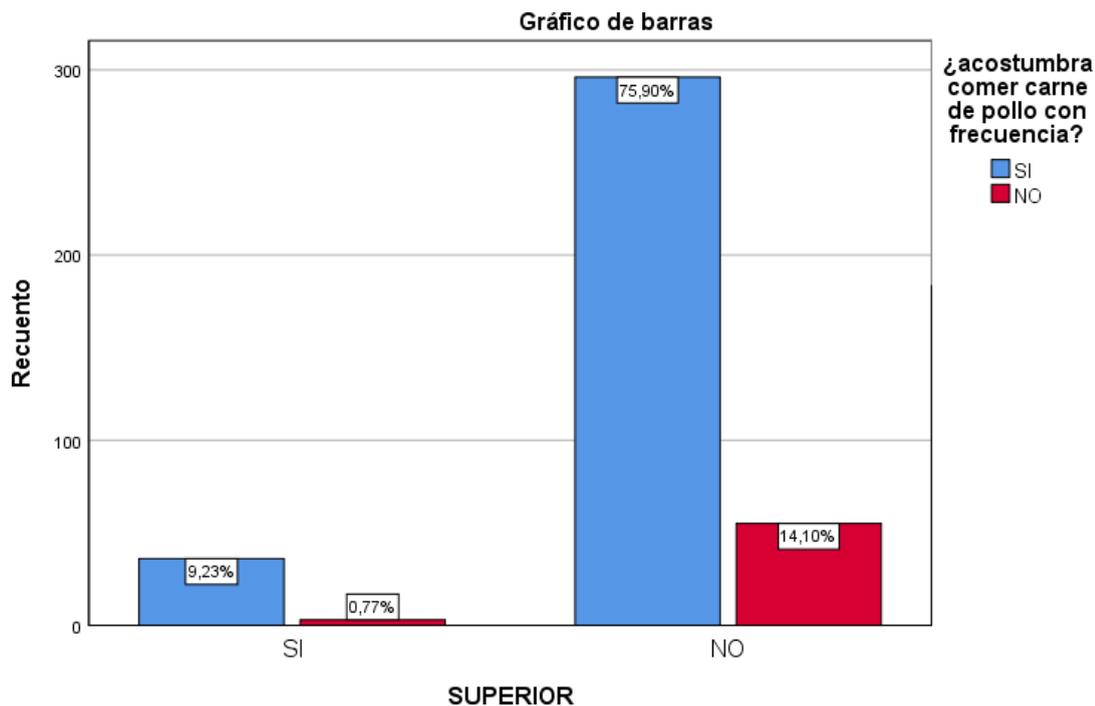
Recuento

		¿acostumbra comer carne de pollo con frecuencia?		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	72	11	83
	MUJER	260	47	307
Total		332	58	390



¿Acostumbra comer carne de pollo con frecuencia? VARIABLE ED. SUPERIOR

De los 390 encuestados ¿Acostumbra comer carne de pollo con frecuencia? VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron SI 332 encuestados, siendo 85.12% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 10.84% tuvo educación superior y 89.16% no tuvo educación superior.



De los 390 encuestados ¿Acostumbra comer carne de pollo con frecuencia? VARIABLE ED. SUPERIOR, Respondieron NO 58 encuestados, siendo 14.88% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 5.17% tuvo educación superior y 94.83% no tuvo educación superior.

Tabla cruzada SUPERIOR*

¿acostumbra comer carne de pollo con frecuencia?

Recuento

		¿acostumbra comer carne de pollo con frecuencia?		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	36	3	39
	NO	296	55	351
Total		332	58	390

11, Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados? VARIABLE SEXO

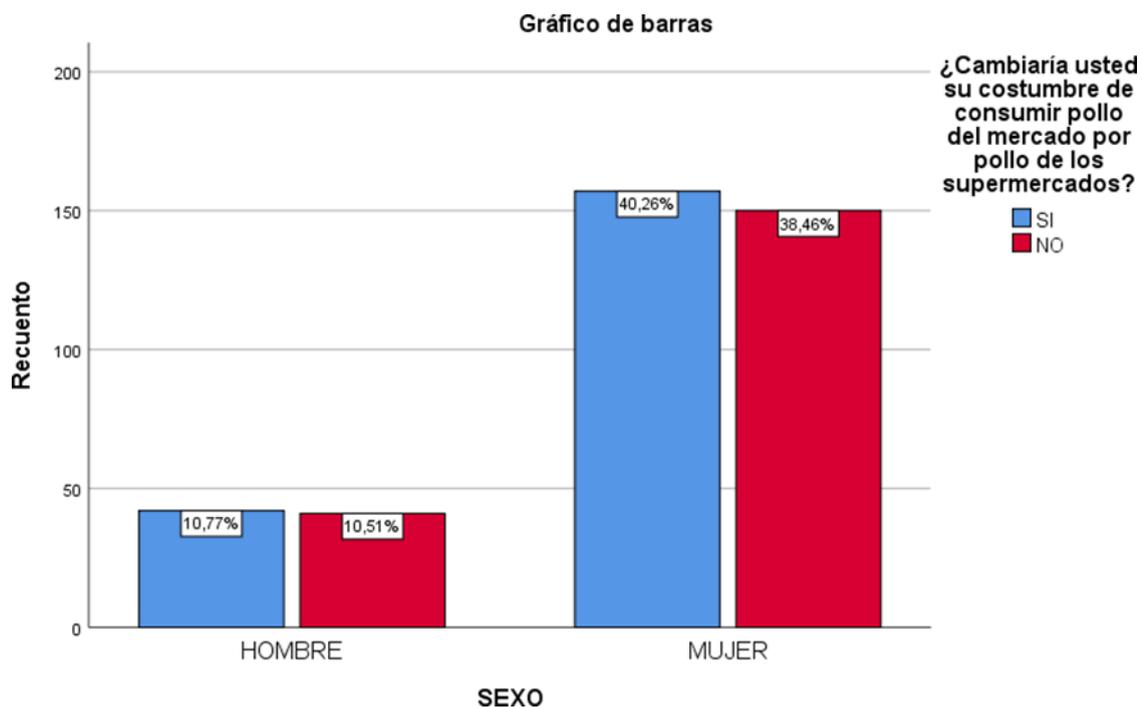
De los 390 encuestados ¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados? VARIABLE SEXO, Respondieron SI 332 encuestados, siendo 51.02% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.10% son hombres y 78.89% son mujeres.

De los 390 encuestados ¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados? VARIABLE SEXO, Respondieron NO 32 encuestados, siendo 48.97% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.47% son hombres y 78.53% son mujeres.

Tabla cruzada SEXO*¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?

Recuento

		¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?		Total
		SI	NO	
SEXO	HOMBRE	42	41	83
	MUJER	157	150	307
Total		199	191	390



12. ¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?

VARIABLE ED SUPERIOR De los 390 encuestados

13, ¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?

VARIABLE ED. SUPERIOR,

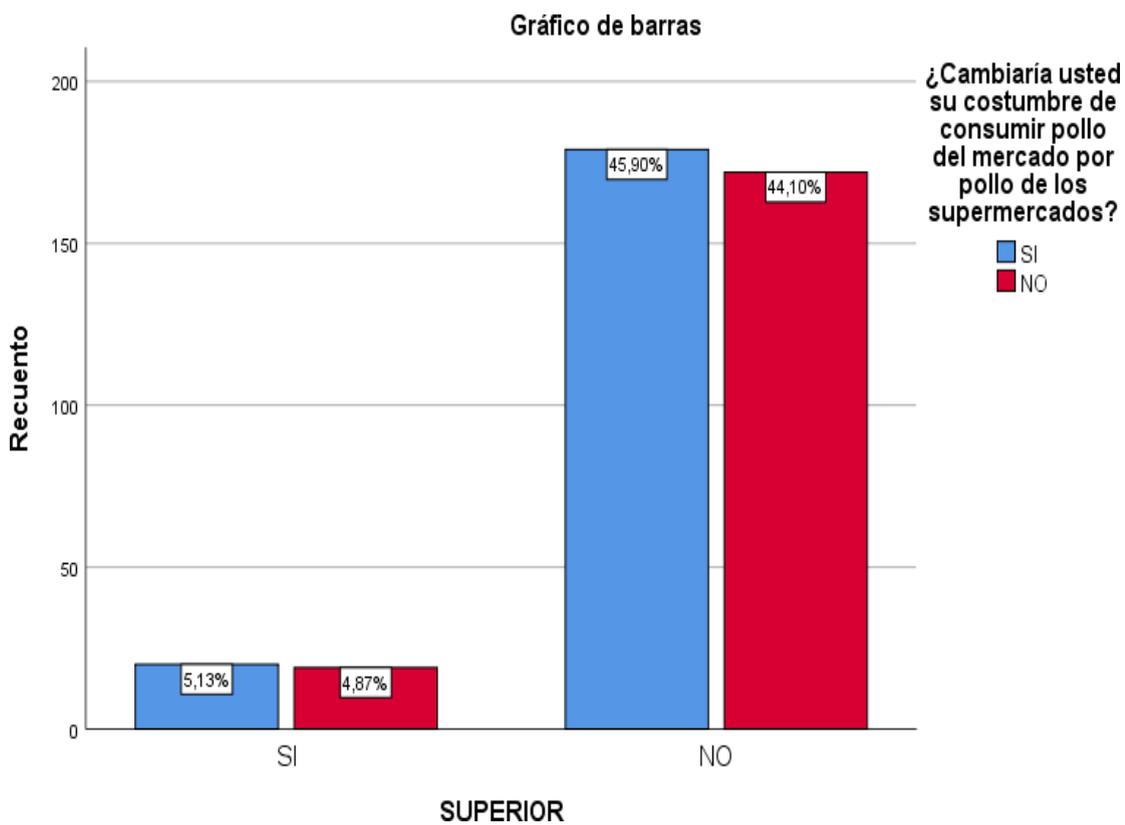
Respondieron SI 332 encuestados, siendo 51.03% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 10.05% tuvo ed. superior y 89.95% no tuvo ed. Superior.

De los 390 encuestados ¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados? VARIABLE ED. SUPERIOR,
Respondieron NO 332 encuestados, siendo 48.97% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 9.95% tuvo ed. superior y 90.05% no tuvo ed. Superior.

Tabla cruzada SUPERIOR* ¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?

Recuento

		¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?		Total
		SI	NO	
SUPERIOR	SI	20	19	39
	NO	179	172	351



CAPITULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados.

Galarza J, Jaramillo H. Caracterización de la tendencia del consumo de los productos cárnicos de los clientes de la corporación Fernández y propuesta de estrategias de federalización. Ecuador 2012. Según las encuestas el 57% de las personas eran de género femenino y el 43% de género masculino.

Según los resultados que se obtuvieron después de la investigación a partir de la encuesta de Villa María del Triunfo, comer carne de pollo con frecuencia con la variable sexo. ¿Acostumbra comer carne de pollo con frecuencia? Según la variable sexo, siendo 85.12% del total y se conoce que a partir de este valor se puede conocer que el 21.69% son hombres y 78.31% son mujeres.

Siendo los resultados similares en evidencia que las mujeres consumen más pollo que los hombres en ambos países está relacionado con la preparación y costumbre debido a que las mujeres se acostumbran por: permanencia en el hogar, idiosincrasia en la compra de alimentos, preparación de alimentos, antes los resultados obtenidos podemos decir que la encuesta brinda resultados acordes con la región y que en Villa María del Triunfo las mujeres es de 78% mientras en la corporación Fernández en Ecuador es del 57%. Mientras que el hombre brinda un valor del 22% mientras que en la corporación Fernández en Ecuador, su valor es del 43%, evidenciando un mayor porcentaje en la corporación Fernández en comparación con la encuesta realizada en Villa María del Triunfo. **Soto (2021)**

Pérez A, Fanny R. Factores socioeconómicos que determinan el consumo familiar de carne de pollo en Huancayo metropolitano- 2014

Se realizaron 382 encuestas de acuerdo a la muestra, teniendo como resultado que los factores socioeconómicos que determinan el consumo familiar de carne de pollo en Huancayo Metropolitano son: el ingreso total del hogar, el precio de carne de pollo, características nutritivas, sabor y fácil preparación, también se identificó la relación directa entre el ingreso familiar y el consumo de carne de pollo, teniendo el mismo comportamiento de un bien normal, asimismo se identificó que la variable cualitativa que mayor influye son las características nutritivas presentando el comportamiento de un tipo de demanda inelástico.

Analizando los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada en Villa María del

Triunfo podemos decir que los consumidores de pollo consideran: Que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada; conocer las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos; considera un aspecto importante para adquirir un pollo fresco a la temperatura; Preferencia por comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado; preferencia por comprar o no en el mercado debido a que queda cerca a su casa el establecimiento; considera importante para adquirir un pollo fresco el color del pollo al momento de la compra. **Soto (2021)**

Izarra C, Zúñiga M. hábitos y preferencia del consumo de carne de las diferentes especies de animales domésticos en el distrito de Huancavelica

El método que se utilizó para determinar los hábitos y preferencias de consumo de carne fue el método científico. La técnica fue la encuesta. Los resultados obtenidos determinaron que las costumbres o hábitos de consumo de carne en las personas del distrito de Huancavelica es el pollo a un 47,8%, seguidamente la carne de alpaca a un 10.9%, luego esta la carne de cuy a un 5.1% la carne de porcino a un 4.3%, la carne de ovino 2,2%, y por último la carne de vacuno a un 1,5%, concluyendo, un gran porcentaje de personas del distrito de Huancavelica tienen preferencia por el consumo de carne de pollo, lo que muestra que la población de Huancavelica es básicamente consumidora de esta carne.

Según los resultados que se obtuvieron después de la investigación a partir de la encuesta en Villa María del Triunfo, comer carne de pollo con frecuencia con la variable sexo. ¿Acostumbra comer carne de pollo con frecuencia? Según la variable sexo, siendo 85.12%. es posible asumir que el consumo de pollo presenta un porcentaje superior debido a que en la costa el consumo es indispensable por la compra de carne de pollo a partir de un establecimiento mientras que en la sierra se conoce existe crianza traspato con fines de producción no intensiva para consumo del hogar, debido a esta actividad es que el consumo podría disminuir en la sierra si es comparada con la costa. **Soto (2021).**

CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones a partir de los cruces que se han dado a partir de las preguntas que si presentan diferencia significativa entre las variables de SEXO y la variable Ed. Superior con cada una de las preguntas que se han desarrollado con la encuesta sobre satisfacción del usuario sobre el consumo de pollo. A continuación, se presenta un resumen de lo cruces.

CUADRO RESUMEN DE RESULTADOS				
	SEXO		ED. SUPERIOR	
Cuestionario	valor p	Ho/Ha	vaor p	Ho/Ha
Autoriza utilizar la información con fines de investigación	0.303	acepta Ho	0.453	acepta Ho
¿Conoce usted que es un matadero clandestino de pollos?	0.062	acepta Ho	0.945	acepta Ho
¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos?	0.204	acepta Ho	0.17	acepta Ho
¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada?	0.017	Rechaza Ho	0.075	acepta Ho
¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos?	0,000	Rechaza Ho	0.685	acepta Ho
¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio?	0.945	acepta Ho	0.787	acepta Ho
Prefiere consumir la carne de pollo:	0.649	acepta Ho	0.872	acepta Ho
¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? COLOR	0.272	acepta Ho	0.032	Rechaza Ho
¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? TEMP	0.002	Rechaza Ho	0.268	acepta Ho
¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? PRECIO	0.322	acepta Ho	0.418	acepta Ho
¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco? OLOR	0.32	acepta Ho	0.223	acepta Ho
¿prefiere usted comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado?	0.048	Rechaza Ho	0.933	acepta Ho
usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:A Fresco y caliente	0.079	acepta Ho	0.131	acepta Ho
usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:B Color es agradable	0.99	acepta Ho	0.521	acepta Ho
usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:C Queda cerca a su casa	0,000	Rechaza Ho	0.5	acepta Ho
usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:D Cortes al gusto del cliente	0.593	acepta Ho	0.434	acepta Ho
usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:E Variacion de precios	0.06	acepta Ho	0.303	acepta Ho
usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:F Sabor es agradable	0.492	acepta Ho	0.834	acepta Ho
¿acostumbra comer carne de pollo con frecuencia?	0.64	acepta Ho	0.184	acepta Ho
¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?	0.973	acepta Ho	0.931	acepta Ho

Recomendaciones

- Se brinda como recomendación, repetir el estudio con el mismo objetivo en supermercados de otros distritos para recolectar más datos.
- Fomentar la realización de estudios en metales pesados incluyendo el mercurio, en zonas de expendio con etiqueta, para que de esta forma haya más datos para realizar comparaciones en futuras investigaciones.
- Sensibilizar a las autoridades correspondientes con el fin de llevar un riguroso proceso de control de calidad en avícolas y distribuidoras de huevos de gallina para asegurar un proceso uniforme que cumpla con los estándares de salubridad.
- Replicar el estudio en una muestra mayor y específica como mercados del distrito de Villa El Salvador para lograr que los datos sean generalizados y pueda ser de utilidad en futuros estudios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. MINAGRI, SENASA. Boletín institucional -Servicio Nacional de Sanidad Agraria. 2016; 10:17-18.
2. Pereira J, Paredes L. Análisis de la comercialización del pollo en la ciudad de Iquitos, periodo 2015. (tesis de postgrado). Iquitos, Perú: Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, 2015.
3. Revista Actualidad Avípecuaria, Procesamiento Avícola Peruano: El reto de cambiar para ganar. (publicación periódica en línea) 2012. Diciembre (citada:2018 noviembre 26).
4. MINAGRI, Dirección General de Evaluación y Seguimientos de Políticas. Venta de pollo, gallina de postura y reproductoras en Lima Metropolitana. 2005-2017
5. Diario El Comercio. Policía intervino camal clandestino en La victoria. (publicación periódica en línea) 2019 enero 27.
6. Medrano A. Análisis de la avicultura Nacional y Regional. Encuentro Regional de La libertad. Banco central de Reserva. Molino La Perla SAC. La libertad. Perú; 2013.
7. Galvis A, La demandando de carnes en Colombia: Un análisis econométrico. Centro de estudios Económicos Regionales. Cartagena de Indias, Colombia. 2000.
8. Alvarado E, Luyando J, y Tellez R, Caracterización del consumidor de la carne de pollo en el área metropolitana de monterrey. 2012.
9. Ordoñez R, Plan de introducción de la carne de cuy en Lima Metropolitana; Estudio de Mercado y Propuesta Empresaria. 2003.
10. Ministerio de Agricultura, Decreto Supremo N°029-2007. Aprueban Reglamento del Sistema Sanitario Avícola. 2007: Pág. 356401-356412. Lima. Perú (Citado: 2008 noviembre 25).
11. Gonzales J. Plan estratégico de gestión de la sanidad avícola, inmunológica y epidemiología de principales patologías avícolas (Parte I). Lima, Producciones Creativas 2016.
12. Estadísticas avícolas. Recuperado de <http://minagri.gob.pe/portal/40-sector-agrario/situacion-de-las-actividades-de-crianza-y-produccion/297-aves>

- MINAGRI.(2017).
13. Minagri, boletín estadístico mensual de la PRODUCCION Y COMERCIALIZACION AVICOLA, junio 2016
 14. Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA). Guía de buenas prácticas avícolas (faenamiento) (en línea) 2011. PDF. Pág. 02. (acceso 18 de septiembre 2017). Disponible en: <https://www.senasa.gob.pe/senasa/wpcontent/uploads/2014/12/GUIA-BPAv-faenamiento.pdf>.
 15. Zegarra J, Palomino L, Ramos D, Manzanero R, Angulo C, Alvarado A. Clasificación y priorización de los departamentos del Perú según variables epidemiológicas en sanidad avícola: I etapa. SENASA – Facultad de Medicina Veterinaria UNMSM; 2004.
 16. Nicholson, F.A, Groves, S.J & Chambers, B.J. Pathogen survival during livestock manure storage and following land application. *Bioresource Technology*, 96(2): 135-143. 2005.
 17. Heyndrickx M, Vandekerchove D, Herman L, Rollier I, Grispeerdt K, De Zutter L, Routes for Salmonella contamination of poultry meat: epidemiological study from hatchery to slaughterhouse. *Epidemiol Infect* 2002. 129:253-265.
 18. Pachon M, Oruna D. Estudio de Prefactibilidad para la implementación de un camal frigorífico con estándares de calidad internacional en la ciudad de Chiclayo. (Tesis de pregrado). Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo; 2013.
 19. Arenas A, Mora J, García R, Telles R, Gaytán C. Caracterización de consumidores de carne de pollo en la zona metropolitana del valle de México. *Revista de geografía agrícola*. Universidad Autónoma Chapingo. Texcoco – México. 2010.
 20. REPUBLICA DE CHILE MINISTERIO DE SALUD DIVISION JURIDICA Mmh- REGLAMENTO SANITARIO DE LOS ALIMENTOS DTO. N °977/96 Publicado en el Diario Oficial de 13.05.97 Actualizado a Julio 2018.
 21. Alvarado E, Luyendo J, Tellez R, Caracterización del consumidor de la carne de pollo en el área metropolitana de monterrey. UANL. México. 2011.
 22. Gómez M, EVALUACION DE LA CARNE DE POLLO (Pectoralis major y

- Pectoralis minor) QUE SE EXPENDE EN LA CIUDAD DE SAN JUAN PASTO–
2013(tesis de grado) Pasto, Colombia: universidad de Nariño. 2013.
23. Galarza J, Jaramillo H. Caracterización de la tendencia del consumo de los productos cárnicos de los clientes de la corporación Fernández y propuesta de estrategias de federalización. Tesis para optar por el título de magister de administración de empresas. UPS. Ecuador 2012.
24. Soto C, Análisis0 descriptivo del consumidor peruano en el Distrito de Breña (tesis de postgrado) Lima, Perú: Escuela de postgrado Cesar vallejo. 2016.
25. Jordi S, Pilar G, José María S, la alimentación y nutrición a través de la historia · 2005 (pág. 238).

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA DE PROYECTO DE INVESTIGACION
FACTORES RELACIONADOS EN EL CONSUMO DE POLLOS BENEFICIADOS EN MATADEROS
CLANDESTINOS EN EL DISTRITO DE VILLA MARIA DEL TRIUNFO.

I. Tituló	II. Problema	III. Objetivos	IV. Hipótesis	V. Variables	VI. Diseño	VII. Población
Factores relacionados en el Consumo de Pollos Beneficiados en Mataderos Clandestinos en el Distrito de Villa Maria del Triunfo - 2021	<p>Problema general: ¿Cuáles son los factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de pollos en el distrito de villa María del triunfo 2019?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuál será el efecto de los factores involucrados en el consumo de pollo beneficiado en mataderos clandestinos, en los consumidores?</p>	<p>Objetivo general: Determinar los factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos mediante encuestas a los consumidores en el distrito de villa María del triunfo 2019.</p> <p>Objetivos específicos: Obtener información de los consumidores de pollos faenados en los mataderos clandestinos de Villa María del Triunfo. Obtener información sobre los gustos y preferencias del consumidor y su influencia</p>	<p>Hipótesis General H0: No existen factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo – 2021 Ha: Si existen factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo – 2021.</p> <p>Hipótesis Específicas Ha1: El Precio del pollo está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo -2021 Ha2: Los Gustos y Preferencias están relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo -2021. Ha3: El conocimiento del consumidor está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo -2021 Ha4: La costumbre del Consumidor está relacionado en el consumo</p>	<p>Variable Dependiente Precio del Pollo Lugar de Expendio Conocimiento del Consumidor Costumbre del Consumidor Gustos y Preferencias Variable Independiente consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos.</p>	<p>Será de nivel aplicativo, ya que buscará describir un fenómeno social en un área determinada. Sera de tipo descriptivo o longitudinal prospectivo, debido que, al determinar los factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos, se busca determinar los factores y</p>	<p>La población de estudio estará conformada por 385 personas encuestadas consumidoras de los mercados abastecidos por mataderos clandestinos de pollos en el distrito de Villa María del Triunfo.</p>

		<p>en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos de Villa María del Triunfo</p>	<p>de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo -2021</p> <p>Ha5: El lugar de Expendio está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo - 2021</p> <p>Ha6: La Temperatura del pollo fresco está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo -2021</p> <p>Ha7: el Sabor y Olor del pollo fresco está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo -2021</p> <p>Ha8: el Color del pollo fresco está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo - 2021</p> <p>Ha9: La Preferencia del corte está relacionado en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo - 2021.</p>		<p>seleccionar a las variables que pudieran estar relacionadas mediante la perspectiva del consumidor.</p>	
--	--	--	--	--	--	--

ANEXO 2

ENCUESTA GENERAL PARA DETERMINAR LOS FACTORES RELACIONADOS EN EL CONSUMO DE POLLOS SACRIFICADOS EN CAMALES CLANDESTINOS BAJO LA PERCEPCION DE LOS CONSUMIDORES EN EL DISTRITO DE VILLA MARIA DEL TRIUNFO – 2019

Sexo: F () M () Nivel Académico: _____
Fecha: _____ Mercado de abasto: _____

2. Autoriza utilizar la información con fines de investigación: SI () NO ()

3 ¿Conoce usted que es un matadero clandestino de pollos?

SI () NO ()

4 ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos?

SI () NO ()

5 ¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada?

SI () NO ()

6 ¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos?

SI () NO ()

7 ¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio?

SI () NO ()

8 Prefiere consumir la carne de pollo

a) Fresca (recién beneficiada) ()

b) Congelada o refrigerada ()

9 ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco?

- | | | |
|----------------|-----------|-----------|
| a) Color | SI () | NO () |
| b) Temperatura | SI () | NO () |
| c) Precio | SI () | NO () |
| d) Olor | SI () | NO () |

10 ¿prefiere usted comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado?

SI () NO ()

11 Según la respuesta anterior podemos decir que usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:

- | | | |
|------------------------------------|-----------|-----------|
| a) El pollo es fresco y caliente | SI () | NO () |
| b) El color es agradable | SI () | NO () |
| c) Queda cerca a su casa | SI () | NO () |
| d) Los cortes al gusto del cliente | SI () | NO () |
| e) Variación de precios | SI () | NO () |
| f) El sabor es agradable | SI () | NO () |

12 ¿acostumbra comer carne de pollo con frecuencia?

SI () NO ()

13 ¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?

SI () NO ()

-ANEXO 3

PARA MEDIR: ----- FACTOR ----- INDICADOR

1. Autoriza utilizar la información con fines de investigación
2. ¿Conoce usted que es un matadero clandestino de pollos?

Factor : conocimiento del consumidor.

Indicador: Interés del consumidor por conocer el lugar donde se benefician los pollos.

3. ¿Sabía usted que está prohibido la existencia de este tipo de matadero clandestino de pollos?

Factor : conocimiento del consumidor.

Indicador: conocimiento o desconocimiento de la prohibición de funcionamiento de camales clandestinos.

4. ¿cree usted que el matadero clandestino de pollos cuenta con la condición sanitaria adecuada?

Factor : conocimiento del consumidor.

Indicador: conocimiento o desconocimiento de la condición sanitaria adecuada de centros de beneficio.

5. ¿conoce usted las enfermedades que podrían estar presentes en los mataderos o camales clandestinos?

Factor : conocimiento del consumidor.

Indicador: conocimiento o desconocimiento de las enfermedades existentes en los camales clandestinos

6 ¿Sabía que los pollos que compra en el mercado son sacrificados en mataderos clandestinos o en los puestos de expendio?

Factor : conocimiento del consumidor.

Indicador: respuesta si maneja o no la información de donde se lleva a cabo el beneficio de la carne de pollo adquirida.

7 Prefiere consumir la carne de pollo:

a) Fresca (recién beneficiada) ()

b) Congelada o refrigerada ()

Factor : Gustos y preferencias.

Indicador: preferencia entre la carne fresca que se vende en los mercados o la carne congelada y refrigerada que se vende en los supermercados

8 ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir un pollo fresco?

a) Color SI () NO ()

b) Temperatura SI () NO ()

c) Precio SI () NO ()

d) Olor SI () NO ()

Factor : Gustos y preferencias, precio del pollo.

Indicador: indica que considera importante el consumidor para adquirir un pollo fresco

9 ¿prefiere usted comprar pollo en el mercado antes que en el supermercado?

Factor : Gustos y preferencias, lugar de expendio

Indicador: indica si el consumidor prefiere adquirir pollo fresco en el mercado antes que pollo congelado en los supermercados.

10 Según la respuesta anterior podemos decir que usted prefiere comprar o no en el mercado debido a:

- | | |
|------------------------------------|---------------|
| a) El pollo es fresco y caliente | SI () NO () |
| b) El color es agradable | SI () NO () |
| c) Queda cerca a su casa | SI () NO () |
| d) Los cortes al gusto del cliente | SI () NO () |
| e) Variación de precios | SI () NO () |
| f) El sabor es agradable | SI () NO () |

Factor : Gustos y preferencias, precio del pollo, lugar de expendio
Indicador: indica si el consumidor prefiere comprar o no en el mercado debido a las características del pollo, precio y lugar de expendio.

11 ¿acostumbra comer carne de pollo con frecuencia?

Factor : costumbre del consumidor

Indicador: indica si el consumidor acostumbra comprar y comer la carne de pollo con frecuencia

12 ¿Cambiaría usted su costumbre de consumir pollo del mercado por pollo de los supermercados?

Factor : costumbre del consumidor, lugar de expendio

Indicador: indica si el consumidor estaría dispuesto a cambiar su costumbre y lugar de expendio para la adquisición de la carne de pollo

- ANEXO 4

Tabla de los indicadores de cada variable utilizada en el trabajo de investigación.

Variables	Tipo de Variable	Indicadores
Precio del Pollo	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo por su bajo precio
Lugar de Expendio	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo por su fácil accesibilidad
Gustos y Preferencias	Cualitativo	Respuesta según las alternativas del entrevistado
Color del Pollo Fresco	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo fresco por su color
Preferencias del Corte	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo por la preferencia del corte
Sabor y Olor del Pollo Fresco	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo fresco por su sabor y olor
Temperatura del Pollo Fresco	Cualitativo	Respuesta si prefiere consumir carne de pollo fresco por su temperatura
Conocimiento del Consumidor	Cualitativo	Conocimiento o desconocimiento del consumidor de la prohibición de funcionamiento de canales clandestinos, ilegalidad, condición sanitaria, enfermedades
Costumbre del consumidor	Cualitativo	indica si el consumidor acostumbra comprar y comer la carne de pollo con frecuencia y si estaría dispuesto a cambiar su costumbre

- ANEXO 5

Imagen 1: Constancia de validación de la encuesta

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, CAMARÁ CHÁMBARA NOROCCIDENTAL.

Con documento de identidad N° 25205367, de profesión Médico Veterinaria

Con Grado de Vigilancia de Zoonosis, ejerciendo actualmente como Coordinadora del Programa de
 En la institución DURAZO CALLES.

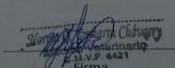
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (encuesta), a los efectos de su aplicación en el PROYECTO DE TESIS: "PRESENCIA Y FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMERCIO DE POLLOS GRANDEZAS EN GRANDES GRANDEZAS DE LAS COMUNIDADES RURALES DEL DISTRITO DE VILLA RUIRUA DEL MUNICIPIO DE SAN CARLOS"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems	X			
Amplitud de contenido		X		
Redacción de los ítems		X		
Claridad y precisión		X		
Pertinencia		X		

Observaciones:
Revisar terminología y conceptos en Reglamento Sanitario Avícola - sanear
Utiliza lenguaje más técnico e involucrar en preguntas al tema del tiempo y de otros

Fecha: 26-12-19


 Firma
 DNI n° 25205367

Fuente: Elaboración propia, (2019).

Imagen 2: Constancia de validación de la encuesta

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Roger Bedniana Peralla
 Con documento de identidad N° 41550585, de profesión medico Veterinario
 Con Grado de Profesional, ejerciendo actualmente como Medico Veterinario
 En la institución MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO

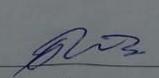
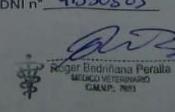
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (encuesta), a los efectos de su aplicación en el Proyecto de tesis: Percepciones y factores que influyen en el consumo de pollos beneficiados en canales clandestinos de los consumidores finales en el distrito de Villa Elano del tiempo 2019

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Observaciones: Realizar puntaje para encuesta

Fecha: 23-Dic. 2019


 Firma
 DNI n° 41550585


Fuente: Elaboración propia, (2019).

Imagen 3: Constancia de validación de la encuesta

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Ríos Barba Karina Isabel

Con documento de identidad N° 40657817, de profesión Médico Veterinario

Con Grado de Superior, ejerciendo actualmente como Médico Veterinario

En la institución Municipalidad de Inca Visitancia Soritanda - Casapallta Veterinaria

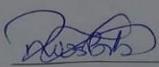
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (encuesta), a los efectos de su aplicación en el Aspetto de tesis: Percepción y factores que influyen en el consumo de pollos barnizados en campos libres de los cerros de Villa Nueva del mes de mayo del 2019

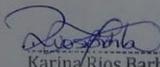
Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Observaciones: Dirigir las preguntas a los consumidores finales con palabras o términos de fácil comprensión

Fecha: _____


 Firma
 DNI n° 40657817


 Karina Ríos Barba
 Med. VETERINARIO
 CMVP 6415

Fuente: Elaboración propia, (2019)

-ANEXO 6

Imagen 1: Identificación de mercados en el distrito de Villa María del Triunfo Mercado de la mujer peruana



Fuente: Elaboración propia, (2020).

Imagen 2: Identificación de mercados en el distrito de Villa María del Triunfo

Mercado cooperativo "SAN GABRIEL"



Fuente: Elaboración propia, (2020)

-ANEXO 6

Imagen 1: Encuestas realizadas en de los mercados



Fuente: Elaboración propia, (2020).

Imagen 2: Encuestas realizadas en de los mercados



Fuente: Elaboración propia, (2020)

Imagen 3: Encuestas realizadas en de los mercados



Fuente: Elaboración propia, (2020)

Imagen 4: Encuestas realizadas en de los mercados



Fuente: Elaboración propia, (2020).

-ANEXO 7

Identificación de un camal clandestino en un mercado en el distrito de Villa Maríadel Triunfo

Imagen 1: Condiciones insalubres de los camales clandestinos



Fuente: Elaboración propia, (2020)

Imagen 2: Condiciones insalubres de los camales clandestinos



Fuente: Elaboración propia, (2020).

Imagen 3: Condiciones insalubres de los camales clandestinos



Fuente: Elaboración propia, (2020).

Imagen 4: Condiciones insalubres de los camales clandestinos



Fuente: Elaboración propia, (2020).

Imagen 5: Condiciones insalubres de los camales clandestinos



Fuente: Elaboración propia, (2020).

Imagen 6: Condiciones insalubres de los camales clandestinos



Fuente: Elaboración propia, (2020)

Imagen 7: Condiciones insalubres de los camales clandestinos



Fuente: Elaboración propia, (2020).

Imagen 8: Condiciones insalubres de los camales clandestinos



Fuente: Elaboración propia, (2020)

Imagen 9: Condiciones insalubres de los camales clandestinos



Fuente: Elaboración propia, (2020).



UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO
VALDIZÁN” DE HUÁNUCO
FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y
ZOOTECNIA



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

Yo, **Dr. Christian Michael Escobedo Bailón**, Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia hago constar que el Informe de Tesis titulado: “**FACTORES RELACIONADOS CON EL CONSUMO DE POLLOS BENEFICIADOS EN MATADEROS CLANDESTINOS DEL DISTRITO DE VILLA MARIA DEL TRIUNFO LIMA – 2021**”, presentado por el Bachiller **JOSEPH SOTO GHIGGO** de la Carrera de Medicina Veterinaria de Universidades con Licencias Denegadas (ALAS PERUANAS), tiene un índice de similitud del **9%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.
Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco.
Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 25 de octubre de 2021

Dr. Christian M. Escobedo Bailón
Director de la Unidad de Investigación-FMVZ



RESOLUCIÓN DECANATO N° 145-2021-UNHEVAL-FMVZ/D

Pillco Marca, 20 de diciembre de 2021

Vista, los documentos virtuales en dieciocho (18) folios;

CONSIDERANDO:

Que, con OFICIO N° 302-2021-UNHEVAL/PROFI-C, de fecha 29.11.2021, solicita designación de jurados examinadores y fijar fecha y hora para sustentación de tesis de los bachilleres del ciclo académico PROFÍ 2021 – I de la Escuela Profesional Medicina Veterinaria (**GRUPO I**);

Que, mediante Resolución Consejo Universitario N° 2004-2020-UNHEVAL, de fecha 26.11.2020, según el Art. 49 del Reglamento del PROFÍ El alumno sustentará su tesis ante los tres jurados calificadores designados mediante Resolución;

Que, con la Resolución Consejo Universitario N°2846-2017-UNHEVAL, de fecha 03.AGO.2017, se aprueba el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Hemilio Valdizán de Huánuco, y en cumplimiento a los Artículos 14, 15, 16, 17 y 18 del presente reglamento;

Que, mediante Resolución Consejo Universitario N°0970-2020-UNHEVAL, de fecha 27.MAR.2020, aprueba la Directiva de Asesoría y Sustentación Virtual de Prácticas Preprofesionales, Trabajos de Investigación y Tesis en Programas de PreGrado y PosGrado de la Universidad Nacional Hermilio valdizan, como consecuencia del estado de emergencia que el Estado Peruano ha declarado en todo el país para proteger la vida y la salud de sus habitantes, en consecuencia de la comunidad universitaria de la UNHEVAL;

Estando a las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia, por la Ley Universitaria N°30220, por el Estatuto y el Reglamento de la UNHEVAL, la Resolución de Comité Electoral Universitario N° 0109-2020-UNHEVAL-CEU, de fecha 28.DIC.2020, Proclama y Acredita a partir del 29 de diciembre de 2020 hasta el 13 de diciembre de 2024, como Decano de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia al Dr. Magno GONGORA CHAVEZ;

SE RESUELVE:

1st. DECLARAR APTO, para sustentar las Tesis de los Bachilleres del Ciclo Académico PROFÍ 2021 – I de la Escuela Profesional de Medicina Veterinaria (GRUPO I), como se detalla a continuación el programa de fecha y hora de sustentación:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	TÍTULO DE LA TESIS	FECHA DE SUSTENTACIÓN	JURADOS
1	Ayala Roldan, Richard David	FRECUENCIA DE MASTITIS Y FACTORES DE RIESGO ASOCIADOS EN VACAS LECHERAS EN LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS DE VILLA AGRARIA, HUAURA - 2021	23/12/21 HORA 8:00 am	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Julio Cesar DIAZ ZEGARRA VOCAL : Teófilos Anselmo CANCHES CANCHEZ ACCESITARIO: Germany yusep GOMEZ MARIN
2	Arcila Chipana, Antonio Román	EVALUACIÓN DE LA CALIDAD MICROBIOLÓGICA (<i>Aerobios mesófilos viables y Coliformes fecales</i>) DE LOS BEBEDEROS EN LOS ESTABLOS LECHEROS UBICADOS EN EL NORTE DE LIMA METROPOLITANA - 2021	23/12/21 HORA 9:00 am	PRESIDENTE : Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Juan Marco VÁSQUEZ AMPUERO VOCAL : Germany yusep GOMEZ MARIN ACCESITARIO: Magno GONGORA CHAVEZ
3	Cordova Carbajal, Rosa Katherine	PREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS DE ENFERMEDADES DERMATOLÓGICAS EN CANINOS EN LA CLÍNICA VETERINARIA RONDÓN DEL DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO - 2020	23/12/21 HORA 11:00 am	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIA: Ernestina Ariza ÁVILA VOCAL : Jose Francisco GOICOCHEA VARGAS ACCESITARIO: Miguel Angel CHUQUIYAURI TALENAS
4	Gaspar Acosta, Tiara Damaris	DETERMINACIÓN DE LOS RIESGOS MÁS COMUNES DE LA MORTALIDAD ANESTÉSICA EN LA CLÍNICA VETERINARIA “PANCHO CAVERO BARRANCO”, LIMA - 2020	23/12/21 HORA 3:00 pm	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Magno GONGORA CHAVEZ VOCAL : Miguel Angel CHUQUIYAURI TALENAS ACCESITARIO: Ernestina Ariza ÁVILA
5	Otárola Ruiz, Gianmarco Alfredo	PARÁMETROS DEMOGRÁFICOS EN GATOS DOMÉSTICOS (<i>Felis silvestris catus</i>) CON DUEÑO EN EL DISTRITO DE MAGDALENA DEL MAR, LIMA- PERÚ 2021	23/12/21 HORA 4:00 pm	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Alcides Melcio COTACALLAPA VILCA VOCAL : Carlos PINEDA CASTILLO ACCESITARIO: Teofanes Anselmo CANCHES CANCHEZ
6	García Ramos, Renato Santiago	CAPACITACIÓN Y CONCIENCIACIÓN DE LARVA MIGRANS CUTÁNEA (<i>Ancylostoma spp.</i>) A UNA POBLACIÓN EN LOS CERDOS DE VILLA, DISTRITO DE CHORRILLOS – LIMA 2021	27/12/21 HORA 8:00 am	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Miguel Angel CHUQUIYAURI TALENAS VOCAL : Jose Francisco GOICOCHEA VARGAS ACCESITARIO: Ernestina ARIZA ÁVILA



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"
UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"
Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD
FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA



7	Delgado Machado Abel Alindor	DETERMINACIÓN DE LA CONCENTRACIÓN DE MERCURIO EN HUEVOS (CLARA Y YEMA) DE GALLINA (<i>Gallus gallus domesticus</i>) EXPENDIDOS EN SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR EN LIMA. ABRIL 2021.	27/12/21 HORA 10:00 am	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Julio Cesar DIAZ ZEGARRA VOCAL : Teofanes Anselmo CANCHEZ GONZALES ACCESITARIO: Germany yusep GOMEZ MARIN
8	Garay Ríos, Diana Patricia Momles Durand, Ericka Patricia	PROTEINURIA Y DENSIDAD URINARIA BAJA COMO INDICADORES TEMPRANOS DE ENFERMEDAD RENAL CRÓNICA EN CANINOS ASINTOMÁTICOS MAYORES DE 5 AÑOS DEL DISTRITO DE CERCADO DE LIMA - 2021	27/12/21 HORA 11:00 am	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Walter Richard TASAYCO ALCANTARA VOCAL : Marce Ulises PÉREZ SAAVEDRA ACCESITARIO: Ernestina Ariza ÁVILA
9	Bastidas Benites, Alejandro Jaime Leonardo	IDENTIFICACIÓN DE LA PRESENCIA DE <i>Salmonella</i> spp. RESPONSABLE DE ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN ALIMENTARIA (ETA) EN CARNE DE POLLO EXPENDIDAS EN LOS MERCADOS DE ABASTO DEL DISTRITO DE SAN MARTÍN DE PORRES, 2021.	27/12/21 HORA 12:00 am	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Magno GÓNGORA CHAVEZ VOCAL : Jose Francisco GOICOECHEA VARGAS ACCESITARIO: Ernestina ARIZA ÁVILA
10	Pro Montalvo, Víctor Junior	EVALUACIÓN DEL TIEMPO DE VIABILIDAD DE GASAS EMPAQUETADAS EN MANGAS PARA AUTOCLAVE SOMETIDAS A ESTERILIZACIÓN POR HORNO DE MICROONDAS	27/12/21 HORA 2:00 pm	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Juan Marco VÁSQUEZ AMPUERO VOCAL : Germany Yusep GÓMEZ MARIN ACCESITARIO: Carlos Pineda CASTILLO
11	Moyano Morón, Celeste Estefanía	FRECUENCIA DE PRINCIPALES PATOLOGÍAS PODOALES EN EQUINOS (<i>Equus caballus</i>) DE SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE POLICÍA MONTADA EN EL DISTRITO DE CHORRILLOS -2021	27/12/21 HORA 3:00 pm	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Alcides Melecio COTACALLAPA VILCA VOCAL : Carlos PINEDA CASTILLO ACCESITARIO: Teofanes Anselmo CANCHES GONZALES
12	Santa Cruz Mendieta, Rodrigo Arturo	EVALUACIÓN DE LA CALIDAD FÍSICO-QUÍMICA DE LOS BEBEDEROS EN LOS ESTABLOS LECHEROS UBICADOS EN EL NORTE DE LIMA METROPOLITANA - 2021	27/12/21 HORA 4:00 pm	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Magno GÓNGORA CHAVEZ VOCAL : Christian Michael ESCOBEDO BAILON ACCESITARIO: Ernestina ARIZA ÁVILA
13	Valdeiglesias Tapia, Monica	EVALUACIÓN DEL EFECTO CICATRIZANTE DE LA TERAPIA NEURAL EN HERIDAS POR PRIMERA INTENCIÓN EN CANINOS (<i>Canis lupus familiaris</i>) SOMETIDOS A OVARIOHISTERECTOMÍA EN EL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR 2021	27/12/21 HORA 5:00 pm	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Walter Richard TASAYCO ALCANTARA VOCAL : Marce Ulises PÉREZ SAAVEDRA ACCESITARIO: Ernestina ARIZA ÁVILA
14	Joseph Soto Ghiggo	FACTORES RELACIONADOS EN EL CONSUMO DE POLLOS BENEFICIADOS EN MATADEROS CLANDESTINOS EN EL DISTRITO DE VILLA MARÍA DEL TRIUNFO - 2021	27/12/21 HORA 6:00 pm	PRESIDENTE: Augusto BAZÁN GARCIA SECRETARIO: Christian Michael ESCOBEDO BAILON VOCAL : Ernestina ARIZA ÁVILA ACCESITARIO: Magno GONGORA CHAVEZ

2nd. **COMUNICAR**, a los Miembros del Jurado Calificador y a los interesados.

3rd. **DESIGNAR**, al Tec. de informática señor **JOEL GONZALES CECILIO**, como Soporte Técnico para la Sustentación Virtual de las Tesis en mención.

4th. **DISPONER**, que los docentes designados deberán ceñirse a lo estipulado en el Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL.

Regístrese, comuníquese, archívese.



DR. MAGNO GÓNGORA CHÁVEZ
 DECANO
FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y Z.

Distribución: Jurados (16) /Asesor/Interesados/Archivo.



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"
UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"
Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD
FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE MÉDICO VETERINARIO

En la ciudad de Huánuco - Distrito de Pillco Marca, a los veintisiete días del mes de diciembre del 2021, siendo las cinco horas, en cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos, se reunieron a través de la Plataforma de Video Conferencia Cisco Webex en el Aula Virtual N° 301- VET. 04 <https://unheval.webex.com/unheval/j.php?MTID=m6cd74d99aa51148a2b8db1f46c4e65e>, los miembros integrantes del Jurado examinador de la Sustentación de Tesis Titulada: **"FACTORES RELACIONADOS CON EL CONSUMO DE POLLOS BENEFICIADOS EN MATADEROS CLANDESTINOS DEL DISTRITO DE VILLA MARÍA DEL TRIUNFO - 2021"** de la Bachiller **JOSEPH SOTO GHIGGO**, para **OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE MÉDICO VETERINARIO**, asesorado por el docente **Dr. Wilder Javier MARTEL TOLENTINO**. Jurado integrado por los siguientes miembros:

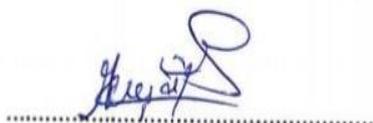
- Dr. Augusto BAZAN GARCIA : **PRESIDENTE**
- Dr. Christian Michael ESCOBEDO BAILÓN : **SECRETARIO**
- Dra. Ernestina Ariza Ávila : **VOCAL**

Finalizado el acto de sustentación, los miembros del Jurado procedieron a la calificación, cuyo resultado fue: **APROBADO**, con la nota de **QUINCE (15)**, Con el calificativo de: **BUENO**

Con lo que se dio por finalizado el proceso de Evaluación de Sustentación de Tesis. Siendo a horas 08:30 PM, en fe de la cual firmamos.


.....
DR. AUGUSTO BAZAN GARCIA
PRESIDENTE


.....
DR. CHRISTIAN MICHAEL ESCOBEDO BAILÓN
SECRETARIO


.....
DRA. ERNESTINA ARIZA ÁVILA
VOCAL

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICA DE PREGRADO

IDENTIFICACIÓN PERSONAL (especificar los datos de los autores de la tesis)

Apellidos y Nombres: Joseph Soto Ghiggo

DNI.: 46483912

Correo Electrónico: xiaoxiaomovie12345@hotmail.com

Teléfono Celular: 991595426

Oficina: _____

IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Pregrado
Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia
E.P.: Medicina veterinaria y Zootecnia

Título Profesional obtenido:

MEDICO VETERINARIO Y ZOOTECNISTA

Título de la tesis:

Factores relacionados en el consumo de pollos beneficiados en mataderos clandestinos en el distrito de villa maría del triunfo – LIMA 2021

Tipo de acceso que autoriza(n) el (los) autor (es):

Marcar "X"	Categoría de Acceso	Descripción de Acceso
X	PÚBLICO	Es público y accesible al documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
	RESTRINGIDO	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica más no al texto completo.

Al elegir la opción "Público", a través de la presente autorizo o autorizamos de manera gratuita al Repositorio Institucional – UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web repositorio.unheval.edu.pe, por un plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

Fecha de firma: 07 de febrero del 2022

Firma del autor y/o autores:



Joseph Soto Ghiggo
DNI: 46483912

NOTA BIBLIOGRÁFICA



JOSEPH SOTO GHIGGO

Nací el 29 de marzo de 1990 en el distrito de Los Olivos, en la ciudad de Lima, mis padres son Henry Adalberto Soto Coronel y Irma Beatriz Ghiggo Gonzales

FORMACIÓN ACADEMICA:

Cursé estudios primarios y secundarios en el centro educativo particular Santa Ana en el departamento de Lima del distrito de San Martín de Porres.

Mis estudios Universitarios los realicé en la Universidad Privada “Alas Peruanas” – Pachacamac – Lima, estudiando la carrera de Medicina Veterinaria, la cual culminé el año 2018.

Grado obtenido: Bachiller de medicina Veterinaria.

En el año 2021 entre al programa PROFÍ de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan. UNHEVAL para obtener el título profesional de Médico Veterinario.