



# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**FACTORES DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR QUE  
DETERMINAN EL CONSUMO DE ANCHOVETA EN LAS FAMILIAS  
DE LA CIUDAD DE PIURA – 2014**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**Bach. MENDOZA CÓRDOVA, CARMEN NATALIA**

**ASESORA:**

**Lic. SAI DARRIAGA CASTILLO, Rosario del Carmen**

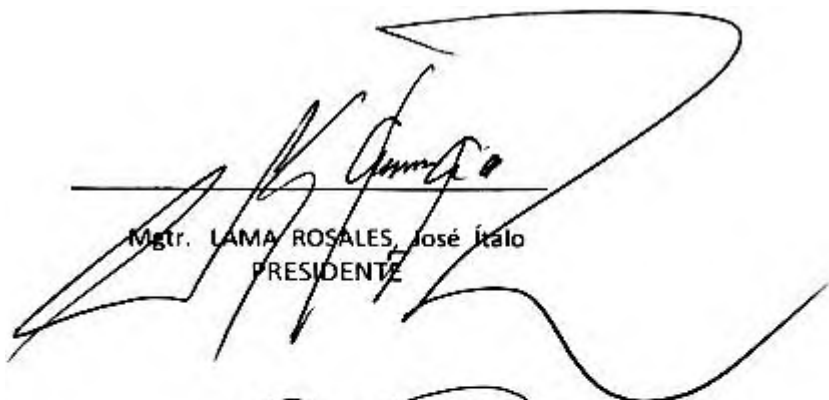
**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL**

**PIURA- PERÚ**

**2014**

**JURADO CALIFICADOR**



A large, stylized handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is highly cursive and appears to read 'José Italo Lama Rosales'.

**Mgtr. LAMA ROSALES, José Italo  
PRESIDENTE**



A large, stylized handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is highly cursive and appears to read 'María Del Rosario Saldarriaga Castillo'.

**Mgtr. SALDARRIAGA CASTILLO, María Del Rosario  
SECRETARIO**



A smaller, stylized handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is highly cursive and appears to read 'Carmen Milena Noblecilla Saavedra'.

**Mgtr. NOBLECILLA SAAVEDRA, Carmen Milena  
VOCAL**

## DEDICATORIA

### **A MIS PADRES: EDUARDO Y MARÍA**

Por su amor, trabajo y sacrificios en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

### **A MIS HERMANOS: LUIS Y EDUARDO**

Por el apoyo que siempre me brindaron día a día en el transcurso de toda mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a todos aquellos que estuvieron a mi lado, tanto en los buenos momentos, así como en los momentos más duros de mi vida. Gracias a todos aquellos que colaboraron conmigo en esta etapa. Gracias por ser parte de mi vida y de mi crecimiento personal.

Y finalmente mi más sincero agradecimiento a mis asesores de tesis, ya que sin su paciencia y guía esto no hubiese sido posible, a mis compañeros de universidad que hicieron de estos años inolvidables.

**Rach, Natalia Mendoza**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Carmen Natalia Mendoza Córdova, con DNI 4892856, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Marketing y Dirección de Empresas, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Piura, 12 de noviembre de 2014

Bach. Carmen Natalia Mendoza Córdova

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado presento ante ustedes la tesis titulada “Los factores del comportamiento del consumidor que afectan el consumo de anchoveta en las familias de Piura- 2014”.

Esta tesis ha sido desarrollada con la finalidad de analizar cómo los factores del comportamiento del consumidor determinan el consumo de anchoveta en las familias de la ciudad de Piura-2014, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el título Profesional de Bachiller de marketing y Dirección de empresas.

Esperando cumplir con su aprobación.

La autora

Contenido	
CARÁTULA .....	i
PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	v
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT .....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Problema .....	10
1.2. Hipótesis .....	10
1.3. Objetivos.....	11
II. MARCO METODOLÓGICO.....	12
2.1. Variables .....	12
2.2. Operacionalización de variables.....	12
2.3. Metodología .....	13
2.4. Tipos de estudio.....	13
2.5. Diseño .....	14
2.6. Población, muestra y muestreo.....	14
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
2.8. Métodos de análisis de datos .....	16
III. Resultados .....	18
IV. DISCUSIÓN .....	74
V. CONCLUSIONES .....	77
VI. SUGERENCIAS .....	79
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	80
VIII. ANEXOS .....	82

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación existente entre los factores del comportamiento del consumidor y el consumo de anchoveta en las familias de la ciudad de Piura en el año 2014. La población estudiada estuvo conformada por 200 jefes de hogar de los distritos de Piura y Castilla, y para la recolección de datos se hizo uso de las herramientas Cuestionario y Fichas de Observación. Los resultados encontrados mostraron que hay algunos factores del comportamiento del consumidor que afectan el consumo de anchoveta, tales como: la cultura, los grupos de referencia, circunstancias económicas, ocupación, ciclo de vida y la percepción que se tiene del producto. Como se pudo observar a pesar de que existe una relación entre las variables, el estudio mostró que esta no fue determinante.

Palabras clave: Factores del comportamiento del consumidor, cuestionario, fichas de observación, cultura, grupos de referencia, circunstancias económicas, ciclo de vida, percepción.



## ABSTRACT

Other one work of investigation (research) to considering is the called one "Determination of Factors of the Consumer behavior of they Influence the decision of purchase of the cheese of goat Plura's city". Realized by Fátima Rodríguez Franco, study that had as aim (aims) determined the factors of the consumer behavior that influence the decision of purchase of the cheese of goat Plura's city. At the conclusion of the investigation (research), one thought that yes there existed some biological, social factors and groups, psychological and situational that relate to the decision of purchase of the cheese of goat, such as: the contexture of the persons, the age, the perception that is had of the product, between (among) others. This investigation (research) is important because it is allowed that the different factors should be known.

**Keywords:** consumer behavior factors, questionnaire, observation forms, culture, reference groups, economic circumstances, life cycle, perception.