

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**INFLUENCIA DE LOS CRITERIOS ECONÓMICOS, SOCIALES,
CULTURALES Y TECNOLÓGICOS EN EL CONSUMIDOR PIURANO AL
SELECCIONAR EL MERCADO DE ABASTOS O SUPERMERCADO COMO
ESTABLECIMIENTO DE COMPRA DE PRODUCTOS
ALIMENTICIOS.2011**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMNISTRACIÓN**

AUTOR:

Martín Alfredo Tadeo ALVARADO ZAPATA

ASESOR:

Ricardo BAYONA ESPINOZA

PIURA – PERÚ

2011

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

De acuerdo con el Capítulo II del Artículo 15° del Reglamento de Grados y Títulos de la UCV- Piura y el de la escuela profesional de Administración, de optar el grado de Licenciado en Administración.

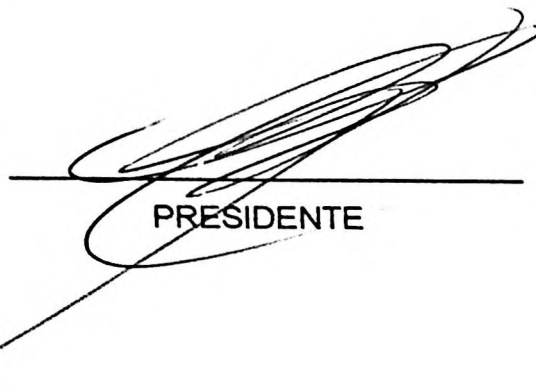
Sometemos a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

INFLUENCIA DE LOS CRITERIOS ECONÓMICOS, SOCIALES,
CULTURALES Y TECNOLÓGICOS EN EL CONSUMIDOR PIURANO AL
SELECCIONAR EL MERCADO DE ABASTOS O SUPERMERCADO COMO
ESTABLECIMIENTOS DE COMPRA DE LOS PRODUCTOS
ALIMENTICIOS. 2011

Con la convicción de que se otorgará el valor justo, agradeciendo anticipadamente las sugerencias y apreciaciones que brinden al presente trabajo de investigación.


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

DEDICATORIA

*A Dios todo poderoso, por la oportunidad de nacer y vivir
en una maravillosa familia.*

*A mis padres María Sixtina y Víctor Raúl
por su amor, comprensión y esfuerzo por hacer de mí,
una persona de bien*

*A mis abuelos María Luisa y Máximo Francisco y,
a mis tíos y tías; quienes con su cariño y consejos
me impulsan a salir adelante*

A mi madrina Anahí Baylon, por su cariño permanente

IN MEMORIAM

*A Orlando López Baylon
Mi "hermano de pila",
ausente físicamente, pero siempre presente
en mi mente y en mi corazón.*

AGRADECIMIENTOS

A mis asesores: Nélida Rodríguez de Peña y Ricardo Espinoza Bayona, por sus orientaciones en el desarrollo del presente trabajo

Al MBA. Martín Lazo Sánchez, por su apoyo en la revisión del instrumento utilizado en la recolección de datos de la presente investigación

Al Mg. Lemin Abanto, por sus asesorías en lo referente al análisis estadístico del estudio

A la Mg. María Sixtina Zapata Chapilliquén (mi madre), por sus orientaciones permanentes, en el desarrollo del presente trabajo

A los consumidores piuranos de mercados de abastos y supermercados, cuya participación desinteresada, hicieron posible esta investigación

Y a todas las personas que me apoyaron en la recolección de datos

El autor

RESUMEN

La presente investigación denominada “Influencia de criterios económicos, sociales, culturales en el consumidor piurano al seleccionar el mercado o supermercado como centro de compras de productos alimenticios. 2011” tiene por objetivo “determinar los criterios económicos sociales, culturales y tecnológicos, que influyen en el consumidor piurano al seleccionar el mercado de abastos o supermercado como establecimiento de compra de productos alimenticios.

Para su realización se trabajó con una muestra de 384 consumidores de la ciudad de Piura, de los cuales 230 correspondieron a consumidores de mercados de abastos y 154 a consumidores de supermercados

La obtención de los datos se realizó por medio de una encuesta conformada por 20 ítems. Se trabajó conjuntamente con una ficha de observación con la que se recogieron datos que permitieron profundizar la investigación.

El estudio es de tipo descriptivo – explicativo porque se trabajaron las variables en relación causa efecto; mientras que su diseño es Post Facto, ya que la recolección de datos se realizó cuando el consumidor ya había realizado las compras de sus productos.

El estudio concluyó que: Los criterios económicos, culturales, sociales y tecnológicos influyen en el consumidor piurano al momento de seleccionar el mercado de abasto o el supermercado como lugar de compra de sus productos alimenticios, mientras que los ingresos económicos de los consumidores piuranos que compran sus productos alimenticios en los supermercados, es más alto que los ingresos económicos de los consumidores piuranos que compran sus productos alimenticios en el mercado de abasto.

ABSTRACT

The present investigation entitled "Influence of economic criteria, social, cultural consumers in selecting piurano market or supermarket and shopping center food. 2011 "aims to" determine the economic social, cultural and technological developments that influence the consumer piurano selecting the food market or supermarket and place of purchase of food products.

To carry out working with a sample of 384 consumers in the city of Piura, which corresponded to 230 consumers and 154 food markets to consumers in supermarkets

The data collection was performed by means of a survey comprised 20 items. Working with an observation form that allowed to collect data that allow further investigation.

The study is descriptive - explanatory variables because they worked in cause and effect, while its design is Post Facto, because data collection was performed when the consumer had already made purchases of their products

The study concluded that economic criteria, cultural, social and technological impact on the consumer Piura, when selecting the meat market or supermarket as a place to purchase their food, while the income of consumers piuranos that buy their food in supermarkets, is higher than the income of consumers who buy their products piuranos food supply in the market.