



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

Factores determinantes en la decisión de compra de productos de
alimentación de marcas blancas en los consumidores trujillanos - año 2015

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AUTOR:

Aguilar Solís Xiomara Alexandra

ASESOR:

Ramírez Salinas, Luis

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

**TRUJILLO - PERÚ
2015**

Página del jurado

Luis Enrique Ramírez Salinas
Presidente

Luz Alicia Baltodano Nontol
Secretaria

Alexander Zavaleta Nuñez
Vocal

Dedicatoria

A Dios.

Por estar conmigo en cada etapa
de mi vida brindándome su
infinito amor.

Agradecimiento

A mis padres Iván y Lita por el apoyo y la confianza del día a día,

A la Universidad "César Vallejo" a través de su Plana Docente, por su acertada enseñanza, lo que me ha permitido formarme en sólidos conocimientos.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Xiomara Alexandra Aguilar Solís, con DNI N° 76474752, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, 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 y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Trujillo, Noviembre del 2015.



Xiomara Alexandra Aguilar Solís

DNI: 76474752

Presentación

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada: “Factores determinantes en la decisión de compra de productos de alimentación de marcas blancas en los consumidores trujillanos - año 2015” con la finalidad de Identificar los factores determinantes en la decisión de compra de marcas blancas en productos de alimentación, en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora

INDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación	vi
Indice	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	viii
I. Introducción.	10
1.1. Realidad problemática.	10
1.2. Trabajos previos.	11
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	13
1.4. Formulación del problema.	19
1.5. Justificación de estudio.....	19
1.6. Hipótesis.	20
1.7. Objetivos.....	20
II. Método.....	22
2.1. Diseño de investigación.....	22
2.2. Variables, operacionalización.	22
2.3. Población y muestra.	23
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	24
2.5. Método de análisis de datos.	24
2.6. Aspectos éticos.....	24
III. Resultados.....	25
IV. Discusión.	32
V. Conclusión.....	35
VI. Recomendaciones.....	36
VII. Referencias.....	37
Anexos.	40

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad llegar a conocer cuáles son los factores determinantes en la decisión de compra de las marcas blancas en productos de alimentación en los consumidores Trujillanos en el año 2015. Por medio de un estudio descriptivo, para lo cual se analizó los factores basados en beneficios buscados de decisión compra de los consumidores relacionados con productos de marcas blancas en el mercado. En cuanto al diseño es de corte transversal, formato que implica recopilar información de uno o más grupos de consumidores en un instante específico en el tiempo. Se utilizó como instrumento el cuestionario. Se concluye que la sensibilización al precio (comparar precios entre marcas), la sensibilidad a la calidad del servicio (pagar más por productos de calidad) y la propensión a la innovación (probar marcas nuevas) son factores que influyen en la decisión de compra de los consumidores de marcas blancas.

Palabras Clave: *Marcas blancas, factores de consumo, consumidores trujillanos, decisión de compra, consumidores de marcas blancas.*

ABSTRACT

This research aims to get to know what are the determining factors in the decision to purchase private labels in food products in the consumer Trujillo's in 2015. Through a descriptive study which analyzed the factors Wanted benefits based on consumers' purchasing decisions related to private label products in the market. In terms of design is cross-sectional format that involves collecting information from one or more consumer groups in a specific moment in time. The questionnaire was used as instrument. It is concluded that sensitivity to price (compare prices between brands), sensitivity to quality of service (pay more for quality products) and propensity to innovation (try new brands) are factors that influence the purchase decision private label consumers.

Keywords: *White markings, consumption factors, trujillanos consumers purchase decision, consumers of white markings.*