



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL EN TURISMO Y
HOTELERÍA**

**LOS FACTORES DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA Y SU
RELACIÓN CON LA DEMANDA EN EL RESTAURANTE PICATA
EN LA CIUDAD DE PIURA, AÑO -2015**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA**

AUTOR:

CASTRO LERGGIOS, JAIME ANTONIO MARTÍN

ASESOR:

DR. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y DE CENTROS DE ESPARCIMIENTO

PIURA – PERÚ

2015

PÁGINA DEL JURADO

Dr. Castillo Palacios, Freddy William
PRESIDENTE

Lic. Lázaro Velasquez, José
SECRETARIO

Mg. Araujo García, Judith
VOCAL

DEDICATORIA

A Dios por bendecirme y por la sabiduría para poder realizar el sueño anhelado de ser profesional.

A mi madre, Virginia por todo su amor y tiempo que estuvo a mi lado; y su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Debo agradecer de manera especial y sincera a mi asesor Dr. Freddy Castillo por su apoyo, confianza y a la vez brindarme los conocimientos y su capacidad para guiar mis ideas ha sido un aporte invaluable en mi investigación.

Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento a la Universidad Cesar Vallejo – Piura por haberme dado las bases y poder convertirme en un buen profesional y los docentes por ser parte de mi formación académica.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, CASTRO LERGGIOS, JAIME ANTONIO MARTÍN con DNI N°46166331, 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 Turismo y Hotelería; declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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 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, 17 diciembre del 2015

CASTRO LERGGIOS, JAIME ANTONIO MARTÍN

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “LOS FACTORES DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA Y SU RELACION CON LA DEMANDA EN EL RESTAURANTE PICATA EN LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015” con el objetivo de determinar la relación entre los factores del comportamiento de compra y la demanda en el restaurante Picata en la ciudad de Piura, en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado.

En el capítulo I, se enuncia el problema a investigar para determinar las principales causas que emulan dicha realidad que se investiga dentro del restaurante Picata. Además en este capítulo se da a conocer los trabajos previos encontrados en relación al presente estudio; asimismo las teorías relacionadas al tema que permiten profundizar las variables e indicadores de investigación; culminando con la formulación de hipótesis, objetivos específicos y general.

En el capítulo II, se da a conocer la metodología del presente estudio, resumiendo la metodología en un cuadro de operacionalización de variables, también se determina la población y muestra de los clientes que asisten al restaurante Picata y por último la aplicación de técnicas e instrumentos que permiten recolectar o adquirir dichos datos.

En el capítulo III se desarrollan los resultados obtenidos en base a las encuestas planteadas y en el capítulo IV se trata acerca de la discusión de los resultados con los trabajos previos y teorías presentadas.

Finalmente en el capítulo V y VI se plantean las principales conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los objetivos específicos y general,

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Jaime Castro Lerggios.

ÍNDICE

	Páginas
PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I. Introducción.....	1
1.1 Realidad problemática.....	1
1.2 Trabajos previos.....	5
1.3 Teorías relacionadas al tema	7
1.4 Formulación del problema	18
1.5 Justificación	19
1.6 Hipótesis.....	21
1.7 Objetivos	22
II. Marco metodológico	23
2.1 Diseño	23
2.2 Variables, operacionalización	24
2.3 Población y muestra	27
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
2.5 Métodos de análisis de datos	30
2.6 Aspectos éticos	30
III RESULTADOS	31
3.1 Identificar la relación entre el factor cultural del comportamiento de compra y la demanda en el restaurante Picata en la ciudad de Piura, año – 2015.	31

3.2 Conocer la relación entre el factor social del comportamiento de compra y la demanda en el restaurante Picata en la ciudad de Piura, año – 2015.	34
3.3 Señalar la relación entre el factor personal del comportamiento de compra y la demanda en el restaurante Picata en la ciudad de Piura, año – 2015.	36
3.4 Reconocer la relación entre el factor psicológico del comportamiento de compra y la demanda en el restaurante Picata en la ciudad de Piura, año – 2015.	38
3.5 Determinar la relación entre los factores del comportamiento de compra y la demanda en el restaurante Picata en la ciudad de Piura, año – 2015.	40
IV. Discusión	42
V. Conclusión.....	48
VI. Recomendaciones	50
Referencias	52
ANEXO	54

RESUMEN

La presente investigación denominada “Factores del comportamiento de compra y su relación con la demanda en el restaurante Picata en la ciudad de Piura, año-2015” tiene como finalidad cumplir con los objetivos propuestos al inicio de la investigación, teniendo como objetivo principal determinar la relación entre los factores del comportamiento de compra y la demanda del restaurante Picata. Así mismo determinar los factores internos y externos del comportamiento de compra y poder identificar cuáles son los que tienen mayor importancia para la asistencia al restaurante Picata. La metodología utilizada para esta investigación ha consistido en recopilar una muestra de 352 clientes que asisten al restaurante Picata, haciendo uso de la técnica de la encuesta y además la técnica de entrevista para los dueños del restaurante Picata, por ser las que más se adaptaron a la presente investigación. Considerando que la importancia de esta investigación radica en permitir conocer los factores que más influyen en los clientes del restaurante Picata y así también servirá como modelo para futuras investigaciones.

Palabras clave: Factores del comportamiento de compra, demanda, restaurante, factores internos, factores externos.

ABSTRACT

This research entitled "Factors buying behavior and its relation to demand in the Picata restaurant in the city of Piura, year-2015" aims to meet the objectives set at the beginning of the investigation, with the main objective to determine the relationship between the factors of buying behavior and demand Picata restaurant. Also, determine the internal and external factors of buying behavior and to identify which ones are most important for the restaurant Picata assistance. The methodology used for this research was to collect a sample of 352 clients attending the restaurant Picata, using the survey technique and also the technique of interview for restaurant owners Picata, being the most adapted to the present investigation. Considering the importance of this research lies in allowing to know the factors that influence Picata restaurant patrons and well serve as a model for future research.

Keywords: Factors purchasing behavior, demand, restaurant, internal factors, external factors.