



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Factores que determinan la decisión de compra del consumidor en la pastelería
Shalom E.I.R.L en la ciudad de Trujillo, año 2016

AUTORA

Meléndez Valencia, Gabriela Elizabeth

ASESORES

Dra. Calvanapon Alva, Flor Alicia

Mg. Ugarriza Gross, Gustavo Adolfo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

2016

Página del Jurado

Dra. Flor Alicia Calvanapon Alva
Presidente

Dra. Luz Alicia Baltodano Nontol
Secretaria

Mg. Alan García Gutti
Vocal

Dedicatoria

A Dios, que me brinda la fortaleza para seguir adelante frente a cada obstáculo que se me presenta, por haberme dado la inteligencia, paciencia y ser mi guía en mi vida

A mis padres: Dante Meléndez Carranza y Ana Valencia Cosme por su amor y apoyo incondicional que me brindan día a día, por todo su esfuerzo y confianza que han puesto en mí.

A mis hermanos, que siempre están conmigo brindándome el apoyo emocional, porque están siempre en cada paso de mi vida y brindándome muchos momentos de felicidad.

Agradecimiento

A Dios por haberme dado el regalo más grande de la vida, por mantenerme en el camino de la verdad, por haber ayudado a mis padres para poder yo haber culminado mi carrera universitaria

A mis padres por el gran esfuerzo que han hecho para poder brindarme los estudios universitarios, por ser mi apoyo y por brindarme los consejos para no tropezar en el camino y ser una persona de bien.

A mis amigos, que compartieron su conocimiento, alegrías, y tristezas y que siempre estuvieron apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad

A mis profesores, quienes me ayudaron a formarme y compartieron sus conocimientos y experiencias para poder lograr ser una buena estudiante.

Les agradezco infinitamente en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que se me acontecen en la vida.

Declaratoria de Autenticidad

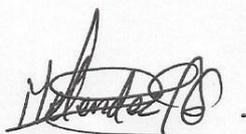
Yo Gabriela Elizabeth Meléndez Valencia con DNI N° 74691225, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación 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.

Así mismo autorizo a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación si lo cree conveniente.

Trujillo, diciembre del 2016



Gabriela Elizabeth Meléndez Valencia

DNI 74691225

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Factores que determinan la decisión de compra del consumidor en la pastelería Shalom E.I.R.L. en la ciudad de Trujillo, año 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

La Autora.

Indice

Contenido	
Página del Jurado.....	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación.....	vi
Indice	vii
Resumen.....	ix
Abstrac.....	x
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad Problemática	2
1.2. Trabajos Previos	3
1.3. Teorías Relacionadas al Tema.	4
1.3.1. Comportamiento del consumidor.	4
1.3.2. Dimensión.	5
1.3.3. Decisión de compra.	13
1.4. Formulación del Problema	13
1.5. Justificación del Estudio	14
1.6. Hipótesis	14
1.7. Objetivos	15
1.7.1. Objetivo General.	15
1.7.2. Objetivos Específicos.	15
II. MÉTODO	2
2.1. Diseño de Investigación	17
2.2. Variables, Operacionalización	17
2.2.1. Variable	17
2.2.2. Operacionalización	17
2.3. Población y Muestra	17
Población	17
Muestra.	18
2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad	18
2.4.1. Validez y Confiabilidad	18
2.5. Métodos de Análisis de Datos	19
2.6. Aspectos Éticos	19
III. RESULTADOS	17
3.1. Variables culturales que determinan la decisión de compra del consumidor en la pastelería Shalom, Trujillo 2016.	21

3.2. Variables sociales que determinan la decisión de compra del consumidor en la pastelería Shalom, Trujillo 2016.	21
3.3. Variables personales que determinan la decisión de compra del consumidor en la pastelería Shalom, Trujillo 2016.	22
3.4. Variables psicológicas determinan la decisión de compra del consumidor en la pastelería Shalom, Trujillo 2016.	22
3.5. Los principales factores que determinan la decisión de compra del consumidor en la pastelería Shalom E.I.R.L., en la ciudad de Trujillo, año 2016.	23
3.6. Contrastación de hipótesis.	23
IV. DISCUSIÓN	21
V. CONCLUSIONES	25
VI. Recomendaciones	30
VII. Referencias Bibliográficas	31
ANEXOS	33

Resumen

La presente tesis tuvo como objetivo identificar cuáles son los principales factores que determinan la decisión de compra del consumidor en la pastelería Shalom E.I.R.L., en la ciudad de Trujillo, el diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal, ya que se observaron los fenómenos tal y como son, sin manipular la variable ya que son analizados en un momento determinado. La muestra estuvo conformada por los clientes de la pastelería Shalom mayores de 20 años de edad, la técnica utilizada fue la encuesta. Se concluyó que los factores más importantes en la decisión de compra son el factor cultural con un nivel alto de 3.5, el factor social con un nivel alto de 3.4 y el psicológico con un nivel 3.7.

Palabras clave: Consumidor, Factores.

Abstrac

This thesis aimed to identify the main factors that determine the buying decision of the consumer in the pastry Shalom EIRL, in the city of Trujillo, are the research design was not experimental cross section, since the phenomena observed as they are, without manipulating the variable as they are analyzed in a given time. The sample was made by customers of the bakery Shalom over 20 years of age, the technique used was the survey. It was concluded that the most important factors in the purchasing decision are the cultural factor with a high level of 3.5, the social factor with a high level of psychological with 3.4 and 3.7 level.

Keywords: Consumer Factors.