



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en  
Administración; denominada:

**ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL  
CONSUMIDOR Y SU RELACIÓN CON LA  
RENTABILIDAD DEL CENTRO COMERCIAL REAL  
PLAZA DE CHICLAYO, 2011**

**AUTORES:**

**Bach. SECLÉN SIESQUÉN JOSÉ GONZALO.**

**Bach. ZEGARRA CALLE MANUEL ALEJANDRO.**

**PIMENTEL - PERÚ**

**2011**

## RESUMEN

El presente proyecto de tesis tiene como finalidad Analizar el Comportamiento del Consumidor y relacionarlo con la rentabilidad del Centro Comercial Real Plaza de Chiclayo 2011 siendo este nuestro objetivo general, tocamos este tema porque hoy en día se vive el boom de los centros comerciales en nuestra ciudad y como es que el consumidor juega un papel importante en este tipo de negocios planteándose la problemática que responde a la pregunta ¿En qué medida el análisis del Comportamiento del Consumidor se relaciona con la Rentabilidad del Centro Comercial Real Plaza de Chiclayo 2011?.

El siguiente proyecto se caracteriza por ser una investigación descriptiva porque gracias a este tipo de investigación lograremos saber cómo es que el comportamiento del consumidor se relaciona con la rentabilidad de dicho centro comercial, gracias a la recolección de datos a través de encuestas y entrevistas que serán seriamente aplicadas a una determinada población (132) para un análisis preciso de los datos (SPSS), logrando obtener resultados exactos para así relacionarlas con las variables.

Logrando que la investigación sea desarrollada para poder analizar el Comportamiento del Consumidor dentro del Centro Comercial Real Plaza de Chiclayo relacionándola con su rentabilidad; y porque la mejora de la rentabilidad se dé gracias al buen estudio que se hará permitiendo que el centro comercial mantenga un margen de ganancia alto para el bienestar de la misma y para que esta a la vez siga subsistiendo en el mercado chiclayano logrando cubrir las expectativas y exigencias de sus consumidores y de los nuevos consumidores.